
睡神扫描
Nisekoi
ANIME NEW TYPE

《游戏批评》编辑部特别“企讨”!

希望所有敬爱的读者能够参与我们开启的特辑征询计划!!

XBOX诞生已经8月有余，虽然在欧美市场获得许多市场份额，但在日本却频频碰壁，硬件周销量甚至只有区区数百台，非但不能与PS2、NGC相提并论，甚至时有不及PS。为什么性能最强的主机会面临如此尴尬的局面？为什么日本市场不能接受海外生产的主机？而在日本市场萎靡不振的主机会最终走向胜利吗？中国玩家和我们自己的专业人士又是怎样看待XBOX面临的种种问题的呢？XBOX是否会在中国市场有所作为？

……

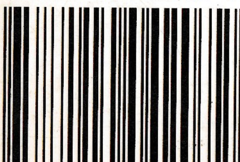
等等等等的疑问，不仅是玩家希望了解的，也是“游戏批评”希望帮助大家分析清楚的！

为了完成这个大型特辑，“游戏批评”编辑部诚恳地邀请您加入到我们的讨论中。在这期附录的调查表中，我们精心准备了一些要调查的问题，如果您能抽出宝贵的时间完成，并且回复给我们的话，将对我们有很大的帮助，也意味着您将成为参与我们特辑制作的成员之一。当然，我们也非常欢迎您提出自己的见解，并整理成文。如果您的见解和文章足够优秀，也将会被我们的特辑采纳（注*）。

请您加入到我们的制作中来吧，用您的热情和智慧一同抒发属于中国人的思考。

请将您的调查表寄回到这个您应该很熟悉的地址：
北京6129信箱——一个汇集神圣思考的地方
也欢迎您用电子邮件的方式向我们表达您的高见
E-mail：3jd@sohu.com

*注意：为了保证您的时间和心血不会遭到浪费，[illegible]文章的时候，请注意文章的长度。我们规定[illegible]或1400字，请将您的字数严格控制在这两个[illegible]抱怨过少的文字无法表达您的思考，因为我们[illegible]想不论有怎样的限制，都能发挥出灿烂的光芒！



ISBN 7-114-04207-8
ISBN 7-114-04207-8 / TP·00138
定价：26.00元/[illegible]

次世代丛书 NEXT
游戏批评 第二卷C
人民交通出版社

游戏是人类的天性　**批评**是前进的动力　第二卷C

次世代丛书 NEXT (16)

游戏批评



了解「游戏的历史」吗？

■第一特辑：游戏的历史20年

知道「游戏开发承包公司」吗？

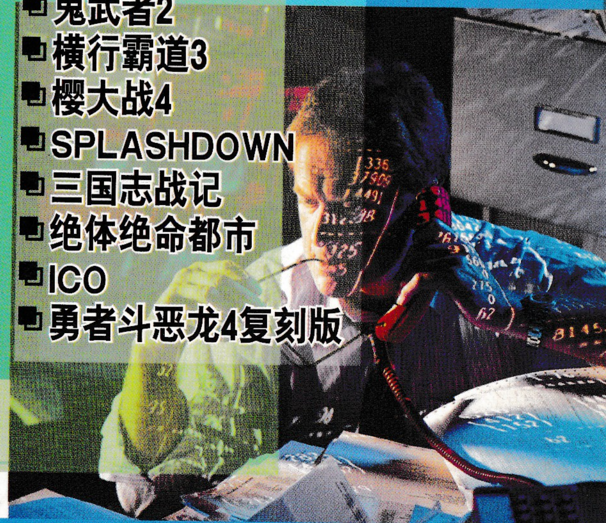
■第二物辑：游戏开发承包公司的时代

想了解叶伟的什么？

■欢迎进入「[illegible]名人[illegible]」

精彩绝伦的游戏评论

- 生化危机GC版
- 鬼武者2
- 横行霸道3
- 樱大战4
- SPLASHDOWN
- 三国志战记
- 绝体绝命都市
- ICO
- 勇者斗恶龙4复刻版



人民交通出版社

游　戏　批　评

第2卷

C

《电子游戏软件》杂志社编

人民交通出版社

图书在版编目(CIP)数据

游戏批评．第2卷．1～/电子游戏软件杂志社编．
北京:人民交通出版社，2002.3
ISBN 7-114-04207-8

Ⅰ．游… Ⅱ．北… Ⅲ．电子计算机-游戏-评论
Ⅳ．TS952.83

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第014690号

游戏批评(第2卷C)

电子游戏软件杂志社编

文案策划:王磊 正文设计:文心 责任印制:张凯
人民交通出版社出版发行
(100013 北京和平里东街10号 010 64216602)
各地新华书店经销
北京新华印刷厂印刷
开 本:850×1168 1/32 印 张:18 字数:580千字
2002年4月 第一版
2002年4月 第1版 第1次印刷 总第1次印刷
定价:26.00元/套
ISBN 7-114-04207-8
TP·00136

C O N T E N T S

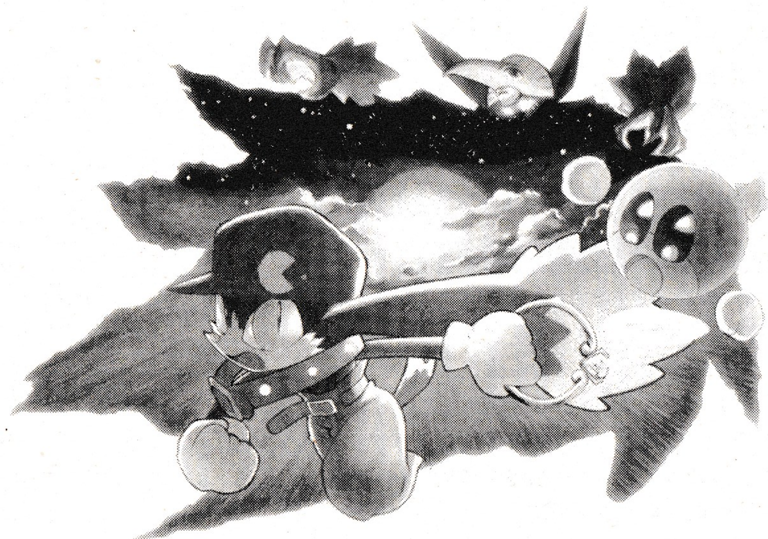
游戏批评

第二卷C

20个春秋在不知不觉中度过了。这回我们的特辑就是要简要地总结一下这20年来发生在游戏业中的大事小情。在总结了《电子游戏软件》2002年7月号相同标题的专辑的基础上，你将还能看到些什么出乎意料的精彩内容呢？

CONTENTS

游戏批评



卷首语

玩游戏的人都是富裕阶层?

在经济学上有一个非常著名的“恩格尔指数”,是国际上用来评测人们生活水平状况的通用标准。像我们大家非常熟悉的生活要达到“小康水平”,这个“小康”的标准就是通过恩格尔定律计算出来的。

听起来似乎是个高深莫测的概念,其实具体的内容并不复杂。所谓“恩格尔定律”,是指一个人在固定时间内,花费在食物上的资金在同时期所有花费中所占的比例,所占比例越小,则这个人的富裕程度就越高,相反,则这个人的贫困程度就越高。其计算公式是:

恩格尔系数 = 购买食物支出/所有花费 × 100%

“恩格尔系数”在 30% 以下的,就是富裕阶层。所谓的“小康”水平,是指“恩格尔系数”在 40% - 50%,也就是说在吃方面的花消占了所有开销的一半左右。

按照这个标准,新编辑火火给自己算了一下:

每月不得不买的正版盘:2 - 3 张,花费 800 - 1200 元

每月要偷偷买的地板盘:没有具体数目,花费 200 - 300 元

每月的交通费(坐地铁、怕迟到打车):200 - 300 元

每月的方便面钱(平均一天两包的话):60 - 120 元

每月改善伙食下馆子的钱(若一周一次的话):120 - 200 元

每月买袜子等的钱:50 - 100 元

每月电话费(尽量占公家便宜):80 - 100 元

每月存储:啊! 又欠了这么多 % & * ~ #^……

粗算下来,火火的恩格尔系数只有 10% 左右,算得上是富豪阶层了,只是这是位一脸菜绿色的富翁……

而对每个热爱游戏的人来说,或许都是这种富翁吧……

这回我们的特辑很精彩,大家已经在“电软”看到了一部分,但这里的更全面更彻底。另外,由于作者的关系,这期“集中营的日子”再停一期,而是否会继续连载,不能确定。还有就是,希望大家继续完成调查表,帮助我们改进工作水平,多谢!!

没有哪种成功仅是缘于奇迹
没有哪种失败只是因为晦气

对于每个热爱游戏的人来说，从FC诞生伊始，游戏的快乐与痛苦就一直伴随在我们周围。光阴似箭一般划过了20春秋的轮复，太多的事情在我们周围发生，许多已经随时间一起淡忘，而有更多的事情可能在我们都不知道的情况下就匆匆走过了。今天，就让我们重新温习一下这辉煌的20年。而一些冷僻的故事，一些冷静的思考，将会触发我们曾经动情的记忆……



游戏的历史

二十年来 你对它了解多少？

帝王时代

Since 1983－1990

头等大事：

■FC 诞生

■任天堂在全球范围建造了属于自己的游戏帝国

■RPG 游戏诞生，游戏也开始向多元化方向拓展

1983年，一台轰动全球市场，并受到无数人钟爱的游戏机终于诞生了，它就是被人们俗称作『红白机』的FC。从此，电视游戏走上了一条与从前完全不同的路，独特而正规化的市场运作，也使得电视游戏从单纯的玩具产业中脱离出来，真正成为了一个独立，而且蓬勃发展的新兴产业。！

年度大事记

1983 年

- 7/15 ● FC 发售
- 9/9 ●《超级马里奥》发售

1984 年

- 2/14 ● 科技产品 FC 版光线枪上市
- 7/20 ●《Road Runner》发售
- 11/2 ●《铁板阵》发售

1985 年

- 2/11 ● JALECO 正式加入 FC
- 4/22 ● KONAMI 正式加入 FC
- 6/28 ● TAITO 正式加入 FC
- 7/18 ● ENIX 正式加入 FC
- 9/13 ●《超级马里奥兄弟》发售

1986 年

- 2/21 ● 磁盘系统发售
- 5/27 ●《勇者斗恶龙》发售

1987 年

- 1/14 ●《塞尔达传说》再创 RPG 高峰
- 1/26 ●《勇者斗恶龙 2・恶灵之神》发售
- 12/18 ●《最终幻想》发售

1988 年

- 2/10 ●《勇者斗恶龙 Ⅲ》发售
- 12/17 ●《最终幻想 Ⅱ》发售

1989 年

- 4/21 ● GAMEBOY 发售
- 7/27 ●《MOTHER》发售

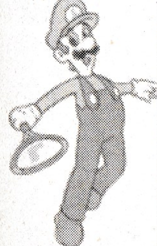
1990 年

- 2/11 ●《勇者斗恶龙 Ⅳ・被引导者》发售
- 4/27 ●《最终幻想 Ⅲ》销售量达 140 万套

时代的遗产

任天堂 市场的开拓者 和规则制定者

编者注：本专集所说的历史，大家可以参看《电玩新势力》第 8 期开始连载的“游戏的历史”，那里面有许多非常珍贵的早期游戏机历史资料。



1983 年 7 月 15 日，是一个游戏业最值得纪念的日子——任天堂的 FC 游戏机诞生了。其实这之前已经有许多种游戏机在供消费者娱乐，但是它们都像匆匆的过客，几乎没有什么影响，只是今天作为文物来观赏一番。只有 FC 的出现，像一道亮丽的闪电划过夜空，开创了一个新的时代。

FC“革命性”的出现，大致可以从两方面说：

第一、FC 出现以前，游戏业无论从规模还是影响力都还没有成为一个独立的行业。那时的游戏机只是做为无数“玩具”中的一种，是作为玩具业的一部分而存在的。就像我们看到的电动汽车，电动火车、高达模型而已。高达模型无论如何普及，如何深受高达迷的喜爱，但它只是玩具产业的一部分，而没有独立的高达业。另外当时的游戏机价格很高，而性能并不高，大部分游戏机都是一机一用，即买一台游戏机只能玩一种游戏。所以它根本不可能普及。

FC 则不一样，它的性价比较高，超出人们的想象，一般的日本家庭都买得起。理论上它又可以提供无穷多的游戏软件，超强的性能（在当时）使游戏的可玩性大幅度提高，高质量的至今仍为游戏迷津津乐道的软件如泉水般涌现出来。FC 全世界近 1 亿台的普及量和“附加值”（非一次性消费）使游戏业正式脱离玩具业，成为今天营业额超过电影的独立产业，开创者任天堂功不可没。

第二、任天堂独创了游戏软件生产许可契约制度及权利金制度。尤其是后者，奠定了今天游戏业的基本游戏规则。这种规则的基本出发点就是强调主机生产厂商的“宗主国”地位，游戏机厂商据有市场的主导权，软件厂商基本处于“藩属国”地位。这种生产许可契约制度和权利金制度被称为“傲慢的任天堂商法”，受到业界和社会舆论的广泛批评和抵抗，为此还发生了 NAMCO 与任天堂的大诉讼（最终任天堂获胜）。

随着游戏的发展，许可制和权利金制虽有所损益沿革，软硬件商的地位也有所变化，但该制度的基本精神和框架仍旧被“顽固”地保留下来，无论是家电大厂商 SONY 还是浸淫开发平台多年的微软都不能不遵循这一“不合理”的体制，这是任天堂的“伟大”之处。

顺便提一下，那个企图“造任天堂的反”，并曾经深得软件商内心拥护的 3DO，结果死得通通透透，的确留下许多令人思考的东西。

时代的遗产

挑战 任天堂独占制度



文/叶伟

任天堂是8位机时代毫无疑问的霸主，一直没有人能够向她的统治地位发起决定性的挑战。但这并不意味着所有人都对其马首是瞻，业界总是有一些希望摆脱任天堂的窠臼，挑战她权威的“非安分守己”者……

所谓任天堂独占制度，就是在红白机风靡全世界大行其道的时候，任天堂对所有签约第三方软件商每年制作软件的数量、发行量都有严格的限制，而且所有公司的软件生产和销售权都要无条件的交到任天堂手里，同时还得付上一笔不菲的“管理费”。

这当然不可能是什么天经地义的真理，越来越多的软件商对此感到不满。不过人们一直都畏惧任天堂在业界的实力，谁敢跟她翻脸，可能就意味着放弃游戏这个金饭碗。但未曾想，首先向任天堂发难的，却是一家在当时名不见经传的小公司。

这个小公司就是后来靠运动游戏红极一时的Tengen(天界)。

1987年，当时美国Namco的老大中岛秀雪，由于市场策略的严重分歧和Namoc总裁中村雅哉最终分道扬镳了。他找到了自己以前在华纳利公司的同事，一同合资成立了一个新的游戏公司——Tengen。为了尽快地使公司走上正轨，他亲自和任天堂的荒川实进行了多次交涉。为了生存，他最后皱着眉头签下了“每年只能开发5套软件”的苛刻条件，最终成为了任天堂的第三方。

但在任天堂独占制度下暂时屈服的中岛，并没有放弃挑战。就在合同签订后的第16天，也就是1988年1月28日，一块其中夹着一张神秘纸片的手帕，从美国马里兰州的专利总局中被带了出来，放到了中岛的面前。

Tengen的计划已经悄悄开始，而这时任天堂还蒙在鼓里。

1987年8月底，Tenge在红白机上的第一款作品——一个棒球游戏终于诞生了。美国任天堂对这个棒球游戏赞许有加，但就在中岛摩拳擦掌准备大干一场的时候，全世界集成电路芯片的短缺加上任天堂的“独占制度”把他的希望轻易破灭了。

当时所有的卡带都必须交给任天堂独立生产，而任天堂以集成电路供货不足为由，把麾下的所有第三方按照自己的标准排了一个列表，优先保证那些任天堂认为是“优秀”的软件公司。结果就是这张列表，迫使几乎所有软件公司的代表都涌入到任天堂设在美国的总部吵闹不休，吓得荒川实把办公室所有的尖锐文具都藏了起来，生怕那些代表一时冲动自杀，或者自己成了人们失去控制后杀戮的对象。

Tengen最终在这场混乱中只获得了原来计划中四分之一的集成电路配额。应该说这对于一家刚刚成立的小公司来讲，应该已经是相当不错的成绩了，而且还有荒川实和中岛之间的私谊做保证。但中岛却根本不满意，他四处奔走，最终在美国的一家芯片厂中搞到了大量的货源，于是他立即把消息转告给荒川实，希望任天堂能够买下这些芯片为Tengen制作游戏卡带。

任天堂很快便来了回音，要中岛把芯片寄到日本去做质量鉴定。中岛兴致勃勃地把第一批样本用快件寄出，没想到从那以后就如同石沉大海，再也没有任何消息了。眼看自己的游戏在市场上售罄却无法追加生产，中岛急得象热锅上的蚂蚁，他通过荒川几次三番地追问，这才知道日本任天堂以“美国、韩国生产的芯片质量不佳、达不到任天堂的标准”为由拒绝了这款美国的芯片。

中岛这一下被气得暴跳如雷，在荒川实的办公室里破口大骂：“我们又不是生产航天飞机或者超级电脑的芯片，这只是做游戏软件而已！”发泄之后，他把芯片寄到日本SHARP进行质量检测，结果很快SHARP就给了回音：“寄来的样品质量非常出色，完全可以正常使用。”

中岛拿着检测报告到荒川实那里去讨说法，这时SHARP才发现自己原来站到了电玩业巨人任天堂的对立面去了，他们可不愿趟这场混水，于是马上发表一个声明，否定了第一次检测报告的结果，把中岛弄得苦笑不得。

不过，中岛的大呼小叫实际上只是用来迷惑任天堂的，Tengen并没有因为这场风波受到多少损失，因为他们已经开始自己生产卡带的秘密工作。当时红白机的卡带密码锁分两个部分，只有当主机内部码和卡带内部码相统一时，卡带中的代码才能够被正确执行。为了保证只有自己才能垄断卡带生产，任天堂把这部分的技术申请了专利，锁进了美国专利局的保险柜里。Tengen成立之初，中岛就投入了大量人力和物力对任天堂的加密技术进行分析，在一切技术手段都无效的时候，他最终打起了任天堂技术专利的脑筋。

让我们重新回到1988年的1月28日，在那一天，任天堂的专利被巧妙地夹带了出来，传到了Tengen的手中。也就在中岛貌似可怜苦苦哀求荒川实多给一点配额的时候，大量由Tengen自己生产的卡带已经流入了市场，它与任天堂生产的卡带唯一的区别，就是开机后显示的是巨大的Tengen厂标，而不是任天堂。

任天堂被Tengen整整瞒了两年，当秘密被揭开的时候，荒川实与中岛的友谊也彻底走到尽头。任天堂起诉Tengen非法侵害了自己的专利，而Tengen则反诉任天堂垄断，一场旷日持久并对今后业界造成重大影响的官司，就这样开打了。

时代的困惑

任天堂帝国没有过失误吗？

文/修路

再聪明的猎人，也有让猎物逃跑的时候；再成功的企业，也有它失误的时候。好的猎人不是说她从不失误，而是他有经验有本事能在下次不让猎物逃跑；而好的企业在失误面前也同样要能站得住，经得起考验……

像所有的企业一样，创立或介入任何一个新的市场，都难免会面临许多意想不到的困难。就算是PC操纵系统核心缔造者的微软，在推出仿造MAC视窗操作系统的WINDOWS时，也是在一片指责批评的舆论中，靠不断地修缮和改进坚持过来，并且最终独霸天下的。

非洲苍凉草原上最强壮的狮子，也会因为有挫折失误失去猎物而饿肚子。而任天堂不是天生的幸运儿，老山内也不是神！

在FC刚刚推出的时候，因为许多类似的产品在市场上正处在低谷，所以许多销售商非常不看好它的前景。但任天堂凭借FC绝佳的创意和低廉的价格，迅速在市场流行起来，很快就在2个月内将首批出货的50万台主机全部消化，造成了很大的声势。销售商也一反当初谨慎暧昧的态度，开始疯狂地向任天堂索取订货。特别重要的是，在FC迅速窜红的时候，任天堂和销售商突然意识到，日本马上就要迎来消费，尤其是儿童消费的黄金时段——新年。

FC在日本市场造成的轰动已经成为一种社会现象，许多人开始从漠不关心变得疯狂起来。在过去一年即将结束，而新的一年即将开始之际，也是人们最愿意掏钱购物的时机，这时对于广受欢迎的FC来说，只要有足够的货物，就会有疯狂的销售。

但是，危机就是出在这个关键的时候。

就在任天堂和销售商全力准备年底大商战的时候，市场部突然从零售商那里得到了令人非常吃惊的讯息——FC会彻底死机。

由于FC的设计工期非常紧凑，所以在机器的安全和稳定性上，缺乏足够的实践检验。而由于电路设计的一个小小失误，使得一小部分游戏在运行过程中，会造成信息在FC系统中卡壳，并且造成整机系统瘫痪无法使用的情况发生。这种状况的发生对正在直线上升期的任天堂来说，无异于晴天霹雳，即使是以铁碗和"顽冥不化"著称的山内，此时此刻也清醒地认识到了问题的严重性——FC很有可能会在顾客面前失去信誉。

在危机面前，许多设计人员和销售者开始向公司和山内溥本人道歉，并很快就提出了技术上的修改方案。其实对原先有问题的机器进行技术上的修改并不复杂，只需要在原来的电路上加一个控制芯片就可以。但更关键的问题是，如何在已经出货的机器上修改这些错误？又该如何消除已经在那些进货零售商和消费者心中造成的失误呢？

这种困难对公司来说，最难的不是如何修改已经出现的错误，而是如何挽救公司和产品在公众心中的形象问题！如果消费者因为产品本身设计问题而造成不悦的话，那它的不满将不会是对手中的产品，而是对出品公司的信誉产生疑问。既然可以生产并且销售有问题的产品，那就意味着这个公司对购买者的利益没有放在心上，也意味着今后的产品可能会出现同样的问题，那在购买上就有风险。而逃避风险最有效的手段，就是拒绝某种产品，或者避开某个品牌。

所以，这个时候摆在任天堂面前的问题相当棘手。

为了能在第一时间解决这些问题，所有关键的人物聚集在山内溥那里，商讨如何用最好的办法来避免未来的损失。在经过很长时间的讨论后，一直默默无语的山内轻描淡写地说："把外面所有的产品都弄回工厂来，而且越快越好！"

因为技术上修改错误需要对每台机器进行测试，并且要手工加装控制芯片，工作比较烦琐。而且几十万台已经出货的机器，如果全部回厂返修，不但会给工厂新产品的生产进度造成影响，而且也会影响产品的生产和出货。最严重的是，任天堂将不得不放弃如火如荼的新年商战，在其他商家抢赶时机时，默默地用几百万美元的损失来修改自己的错误。

不过，事实最终肯定了山内的做法，任天堂用一次错失商机的损失换回了销售商和顾客对公司的信任，保住了任天堂和Famicom的金子招牌。而且也是利用这次机会，任天堂和老山内向我们展示了这个公司尊重顾客的态度，以消费者为思考中心的企业文化理念，以及面对失误时的态度。这也是任天堂能始终在游戏领域中保持不败的源泉。

你不知道任天堂以前一直都是杂货工厂？

任天堂早先的祖业是纸牌和花扎现在已经是人所皆知的了，但在山内溥执掌公司帅印后，任天堂一直都有许多新鲜而且很受市场欢迎的产品。像依靠男女握手产生热量而计算数据的"恋爱测试仪"；利用激光技术的"激光打靶"；可以"偷窥"邻家女孩行动的"超级潜望镜"等等。这些创意的传统一直保留了下来，直到它成为了游戏产业的老大。而许多当年的优秀人员也成为了后来受玩家爱戴的人物，像横井、宫本茂……



『帝王时代』精要重事向您娓娓道来

红白两色的传奇
——家用游戏机(FC)

原以经营花札和纸牌为主业的任天堂公司开始着手电子工业始于1970年前后，最初推出的产品是激光枪和电动玩具。1977年该公司以15000日元的价格向市场推出了有软件支持的电子游戏“电子游戏15”。1980年，小型液晶游戏机“game＆watch”和街机游戏《大金刚》产品受到好评。1983年7月15日，红白机（FC）的诞生引发了整个日本社会的轰动。从技术上来解释这种现象，引用任天堂开发二部部长上村雅之曾说过的一句话命中要害——

“我们开发新款主机的出发点，是要让顾客只要将电视和主机准备好后，仅通过更换不同的游戏软件就可以进行各种各样的游戏。”

在这一设计理念的指导下，FC首次采用了ROM卡带式系统。虽然这种概念现在已经成为人们心中不再思索的常识，但对于那个时代而言，游戏软硬件分离的设计确实是一种理想境界的革命。而对任天堂来说，更了不起的事情，是他们将技术更先进，功能更齐备的新主机，在价格控制上，竟然比“电子游戏15”还便宜了200日元。

为实现这一价位，任天堂高层可谓费尽周折。公司上层认为，如果日本市场的游戏硬件零售价格在15000日元以上，便很难普及。而FC最终14800日元的定价，迫使公司必须节约生产成本，并且形成大规模的生产量，方能将亏损逐渐降低到企业可以接受的地步。所以，据说连FC使用“红白机壳”都是为了最大限度降低生产成本而设计的。就是在这种艰难的启始状态下，任天堂将主机销量计划到100万台以上，而一个商业奇迹也就在充满不安和期待中起步了。

激发主机购买欲的游戏
——《铁板阵》和《超级马里奥》

和主机同时发售的游戏软件共有3套，并且都是从街机上移植过来。虽然与街机版本有一些不同之处，但其一丝不差的表现力让许多电玩族欢欣鼓舞。与此同时，游戏厅里NAMCO的纵版热门游戏《铁板阵》广受欢迎，其美丽的画面和新奇的娱乐性令玩家乐此不疲。他们的心声就是“要是能在家中玩《铁板阵》就好了！”第二年，也就是1984年，HUDSON和NAMCO加入FC行列，开始游戏软件的供应。HUDSON将电脑流行软件《Roadruner》，NAMCO将街机流行游戏《银河战士》移植后作为首发阵容开始发售，而且之后以每月1－2部的速度定期推出新作。同年11月8日，FC版《铁板阵》发售，尽管画面方面与街机版相差甚远，但玩起来确实让人感觉它是《铁板阵》。有的客户感叹：" 终于可以在家里享受《铁板阵》游戏了。"于是他们同时购买了FC和《铁板阵》。现在我们常说的"热门软件"，在当时看来，《铁板阵》或许就是第一个。

之后，街机游戏的移植逐渐增加，厂商加入的增速也不断加快。孩子们挤满了商店的玩具柜台，FC的专门杂志也创刊了，FC热潮一下子就铺盖到日本社会中。

当FC还以街机移植唱主调的时候，第二个" 热门软件" 在毫无先兆的情况下登场了。它最精彩的部分在于所向披靡、极具杀伤力的动作成分。这款可以名垂青史的游戏，就是1985年9月13日发售的《超级马里奥兄弟》（＊1）。无限的想象力，隐藏人物和隐藏画面等隐藏关，成为横版动作游戏的代名词。该游戏出世以后，隐藏关成为动作游戏中必不可少的组成部分，以隐藏关为卖点的游戏软件销路一路走好。从孩子到大人都喜爱的《超级马里奥》大幅提升了FC的知名度，以至后来围绕FC逐渐在日本产生出了许多社会现象。

答疑解惑

＊1 超级马里奥兄弟

“超级马里奥兄弟”是宫本茂的成名作，其后在FC上推出的2代难度有所增加，3代增加了地图系统，并对画面重新进行了更改。特别是经典作品3代，它成为以后“超级马里奥世界”的原形。而马里奥也成为任天堂的代表形象。

游戏创新从扩展机器开始
——磁盘系统的普及和衰退

1986年开始发售的FC扩展机型（＊2）磁盘系统的卖点有两条：第一条是拥有卡带3倍的容量，使游戏内容更加丰富多彩；另一条是价格便宜。一套游戏软件定价仅2600日元，再花500日元可更改游戏内容，这点在中小学生中很受欢迎。据前文中提及的上村雅之先生说，在FC开发之初就考虑到要开发扩展机型，以延伸游戏的广度：

“当初我们就有危机感，害怕客户会厌倦ROM插卡式游戏。因此，从开发阶段我们就在计划可以由客户创造新游戏的Family Basic和可反复重写的磁盘系统。”

磁盘系统游戏有许多名作。其第一款游戏是《赛尔达传说》。看到这个游戏大家就会体谅到任天堂的用心良苦了。《银河战士》和《FC侦探俱乐部》等

答疑解惑

＊2 FC的扩展机型

FC的扩展机型不仅限于磁盘系统和Family Basic，还包括诸如连接电视机画面进行多种动作的机器人、对应模拟3D画面的3D Glass、进行射击游戏的激光枪等。此外还可在FC的前面增加扩展端口，在前面连接其它游戏工具和专用的操纵柄。正因为这种考虑到未来扩展性的设计，才使得FC游戏范围不断扩大。

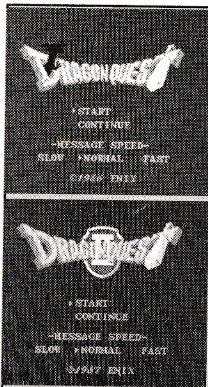


→由于主机性能限制，所以许多设计实现情况一般，倒是磁碟机比较实用一些。

仅限磁盘系统使用的游戏软件也接踵而来。但磁盘作为媒介,有不易保存和使用寿命短的问题,加上半导体技术的进步,卡带容量在成本控制和容量增幅上表现出色,所以最终磁盘系统游戏没有维持太长的寿命。

最初的RPG游戏
——“勇者斗恶龙”和“最终幻想”的作用

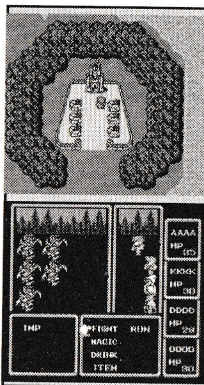
在磁盘系统销售3个月后,一代名作《勇者斗恶龙》开始发售。现在我们看它是RPG游戏在日本风行的鼻祖游戏,但在当时它还只是街头巷尾谈论的一个话题,并非人所皆知。但有一点是肯定的,RPG游戏的乐趣被人们津津乐道,大家都期待能尽快推出《勇者斗恶龙Ⅱ》。第二年的1月26日,《勇者斗恶龙Ⅱ——恶灵之神》发售。2代比起1代来改良了不少,很快就流行开了。这段时期社会上开始出现学生逃课买游戏的现象,专卖店门口也排起了长龙。从此“勇者”的流行势头就失去了控制。1987年3代推出,1990年又推出了4代。



“勇者斗恶龙”
RPG的旋风

从现在的眼光看,“勇者斗恶龙”第一作虽然在色彩、人物造型等方面太过古董,但却和现在的DQ感觉一样,尤其是在战斗的时候。让人怀疑DQ的发展往那里?

在“勇者”成为日本游戏流行话题的同时,另一个经典RPG游戏“最终幻想”,也于1987年12月18日粉墨登场。该游戏当初与DQ一样,是从街头巷尾逐步流行起来的。一代影响力还一般,到了2代就已经大红大紫。而到了3代,“最终幻想”已经成为FC阵营中RPG游戏的两大鼎扛巨作之一,和“勇者斗恶龙”并肩伫立在游戏之林。FC凭借这些王牌游戏占据了傲视群雄之势,而如此轰动的效应就连软件开发商当初也没有料到。



“最终幻想”
RPG的电影

从“最终幻想”第一部作品开始,史克威尔的电影化风格就在开始实践,而整个系列的世界观与职业系统也已经在第一作中奠定了下来,以后一直没有跳出这个框架。

“我们当时的目标是能够拥有100万部以上的销量,说实话,确实没有想到会有如此爆炸性、连贯性的反响。”

(上村雅之)

然而,没有一个温床能够长久地被一个人独占,很多人都盯上了这个利润丰厚的产业,只是苦于自己资本和经验的不足。但强者介入是迟早的事情。1987年,打破这种“一强独霸”时代的机型诞生了,它就是PC-E。它凭借着自己独特的“核心构想”,向任天堂帝国发出了挑战。

时代的记忆 演艺界人士和FC

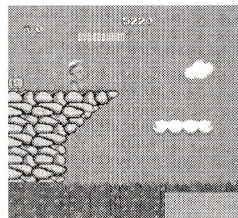
或许艺人跟游戏之间,除了都属于娱乐范畴外,就没有什么直接联系了。但在FC游戏风行的大潮中,却推出了许多冠以演艺圈人士名字的游戏软件。而且这些人物经常并非只是出现在游戏的宣传广告里,而是作为游戏的主角在游戏里登场。这些游戏包括像任天堂的《中山美穗的心跳高校》,NAMCO的《名侦探SANMA》等力作。从某种意义上说,艺人允许自己的形象做游戏的主角,也许只是演艺圈人士提高自己声誉的一种商业炒作行为。不过即使如此,我们也能从一个侧面看出当时FC在日本社会的影响力有多么大。

□主要的演艺人物软件

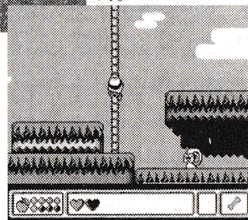
1.	KAKEFU 的跳跃天堂
2.	名侦探SANMA
3.	田代MASASHI和美丽公主
4.	TAKESHI的战国风云儿
5.	TAKESHI的挑战书
6.	TM network live in powerball
7.	所先生的呵护和责难
8.	中山美穗的心跳高校
9.	光源氏滚轴惊魂
10.	舛添要一 彻夜FC
11.	口技四天王
12.	石井rasarl的小小要求
13.	Risa的妖怪传说

时代的记忆
引起狂潮的名人游戏

HUDSON从1985年起每年夏季举办一次“caravan”(大篷车)游戏大赛。其中有一位游戏高手受人瞩目,这名男士名叫高桥名人。他以16连发枪为武器受到孩子们的喜爱,此后出唱片、进入演艺圈和铃木保奈美共演电影等,在多个领域崭露头角。他和另一高手毛利名人之间的对决“Star Soldier”被拍成电影,其中的追捕故事成为都市传说在日本广泛流传。



“高桥名人”在FC上一共推出了4代。左图是大家应该非常熟悉的一代,下图是4代。



可以说为了自己,各公司都在用名人效应来大做宣传。

『名人』游戏小结

名人名	所属厂商	特征
高桥名人	HUDSON	以16连发枪为武器成为孩子们的偶像
毛利名人	HUDSON	以“毛利搏击技”挑战高桥名人,一举成名
桥本名人	Bandai	红框眼镜是其招牌标志
河野名人	Namco	并无特殊之处,不知为何成为名人。

三雄争霸

Since 1987－1992

头等大事：

■业界第一次主机争霸大战爆发

■因为NEC和世嘉的加入，原本一家独霸的局面被打破，使得各软件商获得机会

只要有蛋糕，只要蛋糕没有吃完，就一定会不断有人来吃。单一机种独霸的时代以大型电器厂商的参与而告终。从1988年10月开始，游戏卖场中开始有3种主机并驾齐驱，各主机厂商进入比拼耐力的时代。没有运气，只有实力，残酷竞争中只相信能者的力量。

年度大事记

1987年

- 10/30 ● PC－E发售

1988年

- 1/22 ● PC－E发售第一款RPG“邪圣剑”
- 2/5 ● NAMCO跳槽PC－E，发行“妖怪道中记”
- 3/25 ● PC－E成功移植“R－TYPE”
- 4/22 ● HUDSON发表“天外魔境”
- 10/29 ● SEGA发表MEGA－DRIVE
- 11/21 ● 任天堂公司公布新主机研发计划
- 12/4

1989年

- 3/21 ● SEGA“梦幻之星Ⅱ”正式推出
- 6/30 ● 第一款真人配音游戏“天外魔境”登场
- 11/22 ● NEC公司推出PC－E简易机SHUTTLE
- 12/8 ● NEC公司推出PC－E新机CORE及SUPER GRAFX

1990年

- 3/20 ● SNK推出NEO·GEO
- 8/8 ● SEGA推出彩色掌机GAMEGEAR
- 8/21 ● 任天堂发布超级任天堂详细计划
- 9/6 ● SEGA发表MD专用MODEM
- 11/21 ● SFC开始发售
- 12/1 ● NEC推出兼容PC－E磁卡掌机“PC－GT”

1991年

- 3/29 ● MD第一款3D RPG“光明与黑暗”发售
- 7/19 ● 史克威尔发售SFC版“最终幻想Ⅳ”
- 7/26 ● SEGA代表人物“索尼克”登场
- 11/21 ● 任天堂推出超任版“萨尔达传说”
- 12/13 ● NEC推出PC－E加强型“SUPER－ROM”
- 12/20 ● SEGA推出“MEGA·CD”主机

1992年

- 3/26 ● PC－E最后名作“天外魔境Ⅱ”上市
- 9/27 ● ENIX推出SFC版“勇者斗恶龙Ⅴ”
- 12/6 ● SQUARE公司推出SFC版“最终幻想Ⅴ”

时代的疑惑

俄罗斯方块 世嘉嘴边的肥肉

文/修路

在这个时期任天堂最成功的决策，莫过于GameBoy的流行，而奠定GB流行的功臣，是“俄罗斯方块”。其实世嘉比任天堂更早就做了街机的“俄罗斯方块”，但为什么没继续利用这个活宝，是没有任天堂有远见吗？

说来真是冤枉，世嘉其实已经做了“俄罗斯方块”家用机移植版的准备工作，却因为版权最终花落任天堂，而不得不放弃这块到嘴的肥肉，眼睁睁地看任天堂红红火火地在全球销售了3000多万盘“俄罗斯方块”的卡带。

更冤的是，世嘉还在任天堂之前获得了“俄罗斯方块”的街机版权。

“俄罗斯方块”就像它的名称一样，来源于当时还是苏联的俄罗斯。它的著作者是一个在前苏联研究所工作的研究员。他性格开朗，并且热爱新奇的事物和计算机，他在心理学和一种拼图的启发下，制作了这个游戏的原形，并且很快就在他的研究所里流行开了。但那个时候的苏联没有知识产权保护的相关政策，所以他决定在海外注册自己的著作权。

最先是一家欧洲公司与他进行了谈判，并签署了一些协议，但这些合同并不完善，文字经过推敲之后只能证明原著者同意将“俄罗斯方块”在电脑方面的使用权授予了这个公司。但双方都曲解了协议的内容，而更糟糕的是，这个英国公司将游戏机方面的版权卖给了一个叫Tengen的公司，而这家公司又将街机的版权卖给了世嘉。

其实和任天堂一样，大家都看到了“俄罗斯方块”巨大的市场潜力，只是由于谈判上的失误，这些公司都没有真正买下版权。甚至著作者自己都不了解日本已经推出了“俄罗斯方块”的游戏机版本。

任天堂很快就详细地调查了有关情况，并且秘密地在合同中给著作方许诺了巨额的版权费。由于任天堂做事非常谨慎，至今没人能知道具体的数字，只是传言大约在300～500万美元，不过经手此事的任天堂代表林肯和实伸都曾公开对这个数目表示过小视。

谈判是激烈的，甚至不亚于一场战争。原先获得版权的英国公司为了弥补自己的失误，使尽浑身解数，甚至惊动了苏联国家杜马，连戈尔巴乔夫都曾经亲自过问过事情的原委经过。不过任天堂处变不惊，利用与著作者亲密的联系和严谨的协议，最终挺过了难关，获得了“俄罗斯方块”在游戏机和掌机上的版权，也顺便让满怀欣喜的世嘉在自己辉煌的背后又尝了一次苦头。

时代的遗产

操之过急的“核心构想”

文/假圣人

获得成功永远都不是一蹴而就的事情，尤其是对那些门外汉来说，更是如此。本来NEC曾经被任天堂认为是最难对付的竞争对手，可惜她因为陶醉于自己的构想，而失足于自己的“核心构想”。

对于许多后来加入游戏的人来说，NEC似乎与游戏距离很远，甚至有些人已经不知道在SFC和MD之外，曾经有过一个以PC－E为中心的游戏机种系统。或许有一点印象，就是大量美少女游戏的发源地。

应该说PC－E曾经非常成功过，毕竟日本大型的电子电器制品公司——NEC是她的坚强后盾。与任天堂相比，NEC在电子技术上一点也不吃亏，而且掌握不少电脑制造的核心技术。但NEC公司本身的实力远在任天堂之上，当时每年营业额高达220亿美元，远非任天堂可比，甚至就连NEC每年投入研发的经费，就几乎可以比拟当时任天堂一年的营业收入了。所以同其他同行相比，任天堂更担心NEC全力介入对自己的垄断地位产生冲击。

PC－E一经推出，确实在日本造成了轰动。由于更先进的硬件体系，使得PC－E在画面表现上高出FC许多，相当多的人都被绚丽的画面所吸引。

可是，游戏不光是用来看“地”。由于缺乏制作游戏的经验，也缺乏制作厂商的帮助，所以PC－E的游戏作品一直都比较单调。而NEC也早就意识到了自己的不足，所以在尽量加强自身游戏制作实力的同时，也在开辟新的领域，以求避开与任天堂的正面冲突。

而这个新的领域，就是“核心计划”。

所谓“核心计划”，笼统地说就是一个网络系统，是以游戏主机PC－E作为整个网络建构的核心动力和实现终端，通过大量的辅助设备，以实现CD－ROM系统、电脑通信、通信对战、便携游戏系统、桌面印刷等等功能融为一体的计划。从欲求实现的效果来看，同今天SONY、SEGA和微软倡导的“网络计划”有许多相似之处，只是涉及面更复杂，甚至牵扯到许多非娱乐领域。“核心构想”一经提出，就在业内引起了强烈反响，对当时而言也是有划时代意义的提案。不过，在执行这个计划的时候，NEC却因为走得太急太远，留下了许多缺陷，并且导致了最终全局的失败。

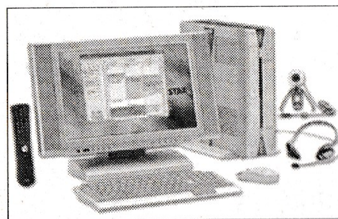
不是说NEC的“核心构想”没有潜力，不具备指导意义，只是连在已经占据游戏界主导地位的SONY在循序渐进地推行自己网络计划的同时，都不能放弃游戏本身。对于NEC来说，在那个游戏才刚刚诞生不过十年的时代，就想通过游戏主机来实现如此复杂的网络计划，实在有点匆忙。

由于受到主机性能和各种硬件基础设施的限制，“核心计划”反映到客户方面，就要求顾客必须花大量的资金购买相当数量的客户端设备才能满足各种功能实现的需要，这对于当时许多玩游戏的人，尤其对于游戏主体的儿童来说，是非常难以接受的。可是尽管只有一小部分客户能够接受依据“核心构想”而派生的一系列设备，但NEC设计生产的主机种类却多达了11种，就算购买者有钱有闲，但面对如此“一堆”的设备摆在面前，任谁都只会感到头疼，而不会感觉科技带来方便吧。

事实最终无情的否决了NEC的“核心构想”，失败是无可避免的结局。但对这个计划的意义评价不能简单的用“成败”二字，她确实是人们第一次将游戏作为基础，向更人性，更广泛领域领入的尝试，而其中的借鉴意义对后来者更是大有启发。就在同一个大的历史时期，任天堂推出了实验性质的卫星服务系统，世嘉也建立了“游戏图书馆”，都很难说不是在“核心计划”的启发下，通过先进的通讯措施来对原有游戏销售和玩法进行改变的尝试。

应该说，“核心构想”并不是因为本身的不合理而导致了失败，只是在实施上，NEC还是操之过急的缘故。对于游戏产业的新军，仅仅在这个领域占有一席之地是不够的，没有好游戏，不能提供丰富的选择，那就连生存都不能保证。可惜NEC在前有任天堂，后有世嘉这两个游戏能手的夹击下，似乎一直没有摆正先做什么，后做什么的关系，匆匆忙忙地就将“核心计划”推出，并且付出了大量精力投入到各种设备的设计生产，而却很少理会购买游戏机的人是否对这些五花八门的设备真正感兴趣，它如果不失败，似乎玩家也难答应。

如今回过头来比较一下同样是电子制品巨鳄的SONY，两者在介入陌生域的时候的态度，对比SONY的谨慎、对行业特性的遵循以及对顾客群习惯的了解研究上，NEC明显做得轻率了一些。SONY也有类似“核心构想”的计划，只是她没有急于求成，循序渐进而且踏踏实实地逐渐来实现这些扩展计划。虽然下面的比喻并不完全恰当，但如果当初NEC能够像今天的SONY那样，先用心地把游戏市场份额巩固下来，再图谋新的发展，那今天在游戏身上发财的，恐怕就不是SONY了。



NEC也许会用其它方式实现「核心构想」吧。

『三雄争霸』精要重事向您娓娓道来

战国时代拉开帷幕
~PC-E~

1987年，在FC热潮的熏陶下，人们已经习惯性地把游戏机就叫做FC。但这年大型家电厂商NEC(全名为日本电气公司)却闪电般的加入到游戏行业，它投入了电脑开发的先进技术，并得到与任天堂共同打造FC全盛时代的软件厂商—HUDSON的全面协助，推出了PC-E。虽然与FC一样都是8位机，但是画面、声音等却实现了超出当时游戏机常识的高性能。许多习惯使用FC的客户都被其优美的游戏画面和登场人物巨大的动画演示所震撼。它的软件是用一款名叫“Hu Card”的超小型大容量塑制ROM来提供的。在主机发布时，由于它的新颖性、多媒体方案以及宏大的“核心构想”(所谓“核心构想”，前文已经详细讲述)计划而一举备受瞩目。担负着未来型游戏的嘱托，PC-E在同年10月30日以24800日元的定价发售。但是受比FC高出10000日元的高定价和没有热门软件的阻碍，主机发售后的销路不尽人意，发售初期仅仅是主机性能成为人们谈论的话题。PC-E的发售对于客户来说是增加了选择的余地，按理说应该是受欢迎的，但是对于厂商来说则意味着激烈的战国时代的到来。

黑旋风
~MEGA DRIVE~

PC-E推出大约1年后的1988年10月29日，从游戏机发展初期便开始和任天堂展开竞争的街机游戏厂商之一SEGA隆重推出了其第五款游戏机（*1）MEGA DRIVE(简称MD)。主机卡座下部赫然印着“16Bit”几个字样，令人一目了然地了解到该机型与当时8Bit主CPU的主流机型在性能上的差异。这是游戏机发展史上第一个运用16Bit的高规格机型，电玩迷疯狂了。在发售前的记者招待会上，当时街机的主流基板system 16游戏《兽王记》和移植于MD上的同一作品之间进行了同场示范演示，结果后者显示出了与街机不相上下的高画质。这款主机投入市场时定价仅21000日元，比PC-E还便宜。更重要的是，SEGA打破了以往在自己主机上仅使用本公司制作游戏软件的框架，开始第一次使用第三方提供的游戏软件(*2)。在主机性能和软件转变两方面营造出与FC和PC-E相抗衡的氛围，从容立于不败之地。此时，各主机制造厂商的游戏机纷纷登场，业界进入主机争战的战国时代，争夺今后游戏业界霸主地位的鏖战终于开始了。

无法击溃的阵营
~新型主机的苦恼~

PC-E主机推出时间较晚，但在1988年3月25日，它对当时街机上十分流行的热门游戏“R-TYPE”采取了一种特殊格式，交由HUDSON分两张盘出售。这款游戏软件较之街机版毫不逊色，成为推动PC-E销量增长的热门游戏。随后，NEC又不断推出与NAMCO和HUDSON合作出品的热门游戏。尽管这一势头愈演愈烈，但仍然无法击溃FC浩荡的江山。无奈之下，接二连三的更新版本和更换模式陆续登场，使得高额主机和辅助设备日益泛滥，原本计划抢先步入“核心构想”时代，谁知反而造成了客户群购买选择的混乱。当时从事PC-E开发的开发者慨言：

“核心构想在主流为多合一的家用游戏机中应该是划时代的，但产品大多过于大胆，因此未能梦想成真。”

其实，“核心构想”所提倡的大多数功能在现在来看已无可厚非，因此也可以说该构想成为今后主机发展的一个指向标，只是PC-E在实施道路上走得过于极端。与此同时，MD以街机电玩族喜爱的阵容赢得客户的欢心，但它因未能开发出把游戏看作是和电影、音乐同样休闲的一般客户所喜爱的游戏软件而处于苦苦支撑的境地。其主要原因之一，是它的RPG游戏不多。在海外市场（*3），“Sonic the Hedgehog”等动作游戏人气极旺，销量上和任天堂主机势均力敌。但是，日本的MD客户所需求的是像“勇者斗恶龙”和“最终幻想”之类的经典RPG游戏，而MD在主机发售后的2年中仅出品了5个RPG游戏。其后虽然也有所增加，但却已无法唤回热衷于FC上RPG游戏的客户的关爱。

答疑解惑

***1 第五款游戏机**

在PCE发售时期，第四款主机SEGA MASTER SYSTEM业已推出。但是同她前辈一样，这款主机不但没有对世嘉家用游戏市场起到什么推动作用，甚至连一点名声都还没留下就在人们的视野中消失了。

答疑解惑

***2 第三方提供的游戏软件**

SEGA MARK Ⅲ之前，世嘉只开发自制的游戏，MD以后才建立许可制度，除本公司制作游戏以外，还允许其它实力派厂商开发MD游戏，以共同对抗FC阵营。主要的许可厂商有GAME ARTS和TREASURE等开发实力雄厚的厂商。

答疑解惑

***3 海外的游戏市场**

MD发售1年后，SEGA在海外推出GENESIS(海外版MD)。在日本市场上，SEGA和任天堂的比拼一直非常激烈，为了赢得客户，甚至展开价格拉锯战。而与此相反，GENESIS在海外市场持续热销的势头一直维持了数年。

第一次主机大战的终结

~SFC~

在争取一般客户的两种高性能主机争夺战下，FC 热潮不但未退，反而后劲强力，宝刀不老。任天堂阵营在保持良好状态的同时，推出了 SFC。在发售以前该机型的预约已经满天飞，发售之时热浪席卷日本全土，1991 年 11 月 21 日，主机以 25000 日元的价格发售。从事开发的任天堂开发二部部长上村雅之如此介绍其主机理念：

“在插上卡带就可以进行游戏这点上与 FC 基本相同，但在画面与音响方面作为游戏机已发挥了其最佳性能。”

SFC 作为 FC 的正常换代（*4）产品，和 FC 时代一样得到了许多其它软件开发商的支持，推出了大量经典之作。特别是《最终幻想Ⅳ》在主机发售后不久，也就是 1991 年 7 月 19 日发售，除了画面和音响方面有了改进以外，“旋转、扩大、缩小”等主机性能淋漓尽致的发挥令电玩族激动不已。之后 SFC 更上一层楼，继《街霸Ⅱ》的 2D 对战格斗游戏后，又掀起“噗哟噗哟”和“俄罗斯方块”等桌面益智游戏热潮，不断引领时代潮流。结果，SFC 在主机销售 2 年内实现了 864 万台的惊人销量，在家用游戏机市场占有率（*5）过半，当之无愧地终结了历时数年的业界霸主之争。而且，它稳住了由 FC 创造下的独占鳌头之势，第一次主机大战以任天堂阵营的压倒性胜利落下帷幕。

被 SFC 攻势压倒的主机制造厂商为掀起另一轮战事，开始着手开发研究优于 SFC 技术的主机。此时，更多的企业开始关注游戏业界，新的竞争对手也初露峥嵘了。

答疑解惑

***4 FC 的正常换代**

SFC 在视觉效果上采用了“旋转、扩大、缩小”等特殊效果。使用这些功能后，画面更有 3D 的纵深感和速度感。该机型在开发之初便考虑延续 FC 各种优势的传统，因此成本方面控制得很好。



→通过加速芯片，使『星际火狐』成为发挥 SFC 回旋功能到极至的作品。

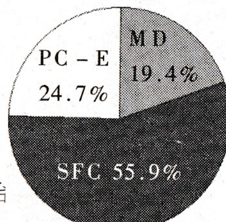
答疑解惑

***5 市场占有率过半**

1992 年度内，SFC 售出 415 万台，累计销量创造了 864 万台的记录。这数字是截至 1991 年为止 SFC 总销量的 2 倍，这个记录就连目前市场上热销的 PS2 主机也尚未打破。下图一目了然的展现了当年 SFC 席卷日本、市场占有率过半的强劲势头。

1992 年度
主机销售台数

MD 300 万台
SFC 864 万台
PC－E 382 万台



附录

PC－E 历代主机清单

在前文我们已经提到过，PC－E 家族是由庞大成员构成的。这里，我们将其中主要的主机资料做一个小结。

	主机名称	发售日期	价格(日元)
1.	PC－E	1987.10.30	24800
2.	PCE CD－ROM²	1988.12.4	57300
3.	PC－E shuttle	1989.11.22	18800
4.	PC－E super graphics	1989.11.30	39800
5.	PC－E core graphics	1989.12.8	24800
6.	PC－E GT	1990.11.10	44800
7.	PC－E core graphics Ⅱ	1991.6.21	19800
8.	PC－E Duo	1991.9.21	59800
9.	PC－E LT	1991.12.13	99800
10.	PCE super CD－ROM²	1991.12.13	39800
11.	PC－E Duo－R	1993.3.25	39800
12.	PC－E Duo－RX	1994.6.25	29800

时代的遗产

2D 格斗游戏热潮带给业界的启迪

■文/彩火

格斗游戏的诞生，片面的讲，它带给游戏一种全新的类型，一个全新的游戏体验。此类游戏在 20 世纪 90 年代前后的快速发展，正是印证了这种意义。

但除了格斗类游戏流行这个简单的事实之外，格斗游戏带给业界的思考与之前有了翻天覆地的变化。从前的游戏无论多么有趣，讲究的都是人机对抗，尽管有一些游戏已经搀杂了多人游戏的内容，像两人或多人的动作游戏与射击游戏，虽然它们也加入了一定人和人之间比赛的成分，但更强调合作，最多也就是比较人机对抗的得分而已，很少有直接的较量。而格斗游戏提倡的正是人和人之间正面对抗的乐趣。在街机上享受与陌生人进行对战乐趣的 2D 对战格斗游戏，很快就凭借这点掀起热潮。对许多业内人士来说，今后的游戏制作不但要设计更多更有趣味的场景和难题，如何设定一个对每位游戏者都合理公平的游戏规则，也成为思考的重要一环。从这点来看，正是 2D 格斗游戏的流行，才奠定了人们对游戏平衡性等等一系列牵扯到这个方面问题的思考。

虽然随着 3D 技术的流行和发达，2D 格斗已经走进低谷，但它给业界大脑们在意识上产生的影响，甚至已经影响到即将发达的网络游戏……



“街霸Ⅱ”就是一切的导火索

乱世革新

Since 1988 - 1994

头等大事：

■新技术革命，尤其是 3D 技术带给游戏业发展契机

■次世代主机大战即将爆发，各厂家在不断积蓄实力

曾经是制定业界标准的公司因为过于保守自己的规则，漠视新技术，尤其是大容量数字存储技术的出现和应用前景，继续维持现状，『不思进取』。这就给了众多后来者一个机会，而这种由主流厂商空让出来的机会并不多，所以很多人都想趁此天赐良机，发展自己的游戏事业。

年度大事记

1988 年

- 12/4 ● PC－E 专用 CD－ROM 发售

1990 年

- 3/20 ● SNK 发售 NEO－GEO
- 9/6 ● SEGA 发表 MD 专用 MODEM

1991 年

- 4/22 ● PC－E Duo 发售
- 12/20 ● MEGA CD 发售

1992 年

- 3/26 ● “天外魔境Ⅱ MARU”发售
- ?/?? ● WONDER MEGA 发售

1993 年

- 1/21 ● 家电业巨人松下推出 3DO
- 2/20 ● 传言 SONY 与任天堂合作
- 4/23 ● 世嘉停产 MD 原型机，推广廉价版
- 5/12 ● 传言任天堂与 SONY 合作破裂
- 5/22 ● HUNSON 宣布开发 32 位新主机
- 5/30 ● SNK 公司宣布进行新机种研发
- 8/21 ● SONY 与 SME 共同成立 SCE 公司
- 10/7 ● 3DO 主机正式进军美国销售
- 12/5 ● 世嘉宣布 32 位新主机开发计划

1994 年

- 2/12 ● SCE 发表新主机“PS－X”计划
- 2/20 ● 世嘉发表土星规格及“VR 战士”移植情况
- 4/8 ● 3DO 主机登陆日本
- 9/9 ● SNK 推出 NEO－GEO CD 主机
- 11/21 ● 任天堂发表 32 位 VIRTUAL BOY
- 11/21 ● 土星发售，次世代大战正式开战
- 12/3 ● SCE 推出 PS
- 12/23 ● NEC 公司推出 PC－FX 主机

时代的遗产

三维技术 缔造崭新时代

文/假圣人

在人们看来，恐怕除了游戏诞生以外，再没有一个发明能赶上三维技术在游戏中应用来得伟大了。依靠三维技术，我们可以将人的思考“制作”出来，这就像梦一样美丽。只是在这美丽的背后，也有许多陷阱……

在次世代主机设计的核心理念中，三维图像技术无疑是至关重要的一个环节。

从技术层面看，如果说 FC 是让游戏增添了色彩，16 位机是让画面用 2 维色彩装扮起来，那次世代就是在用三维技术来开创活的游戏。

从最早在街机上采用多边形技术的赛车游戏“Wining Run”在 1988 年登场之后，便成了三维技术人气旋风的起点。伴随着更强劲的硬件设备，多边形技术也在不断进步。随着 1994 年“VR 战士 2”和“山脊赛车”的登场，以多边形为根基的游戏越来越多，涉及面也越来越广。而可以在家里玩这类游戏，也成为次世代主机的最大卖点之一。

如果溯本求源，其实三维技术的诞生是必然的。在 16 位机时代，高明的任天堂已经将这种技术的雏形加入到相当简陋的主机中。毕竟图像画面不能只是平面，人类的生物习惯是三维构造，所以作为表现生活的电脑图像技术，缔造出三维实体感，是这个领域发展的必然趋势。

不过，早先许多玩家都没有想过这些问题罢了，所以当人们看到可以有活生生的形象在电视上随意行动的时候，人们就疯狂了。

对于制作方来说，掌握和开发更先进的 3D 技术，就像大型企业要进行技术投资一样，如果你有领先的三维技术做保障，那就能在相当长一段时间给自己的游戏赢得更多人的目光，也就能给自己的口袋装进更多的钞票。这也是世嘉能在 20 世纪 90 年代一直统治街机市场的根本原因之一。

作为游戏而言，技术的进步是无止境的，但技术不是游戏，就像饮食业不能把某种他们研究出来的配方拿出来卖一样。技术是游戏的基础，但它需要如何自然完美地融合到游戏中，并且能在人心中产生不同的反映，这才是游戏的本质。可惜在三维技术诞生的早期，人们过于看中视觉的作用，忽略游戏的真谛，造成了许多使用好技术却是垃圾的作品，这不能不说是很可惜的事情。不过正是因为有了这些失误，才能使人清楚技术不是万能的，也才会有更多的人去理解游戏制作的真谛。

『乱世革新』精要重重事向您娓娓道来

就在第一次主机大战接近中盘的时候，一种革命性的技术被开发出来。受这种技术影响，游戏机进入了一个新时期。让我们先通过这一进步技术来关注这个新时代。

向大容量时代进军的序曲
~ROM 到 CD-ROM~

时间追溯到SFC出售前2年。1988年，在PC-E的“核心构想”之中，有一款具有划时代意义的机器，名叫“PCE CD-ROM²”，它是游戏机里第一个采用CD格式作为媒介的机器。当初发售时价格极高（主机单卖57300日元），以致未能普及，但后来由于价格回落，加之大容量游戏软件（*1）种类渐多，才得到了一些客户的认可。原PC-E相关人士如此评论当时的情况：

“从家用电子游戏机的角度看它的售价确实昂贵，但在CD-ROM尚未普及的当时来讲，它却是世界上价位最低的CD-ROM驱动器（*2）。事实上，该机型步入正轨以后，它足以自豪地称为世界上销量最好的CD-ROM驱动器。”

而当时又是为何会出现CD-ROM的呢？原因是随着程序技术和游戏内容的进步，需要更大容量的媒介来装载信息，而CD-ROM比ROM生产速度快，成本也较低。尽管在当时由于技术尚不完备，所以还存在读取速度慢等缺陷，但这些缺陷并不能妨碍各个商家对以上这些优势的重视，反而使得在这方面的开发速度不断加快。

1991年，MD机型专用的CD-ROM——“MEGA CD”发售。其价位和PC-E的CD-ROM²一样昂贵，主机光是单卖就要49800日元，而且游戏软件也不丰富，因此后来尽管又推出了廉价版机型，最后也未能普及开来。

1992年1月，任天堂发布了“SFC CD-ROM适配器”的资料。11月，任天堂公司对外发布将与SONY加强开发领域的合作关系，对第三方厂商召开了说明会。由于这款机器是以当时主流机器性能难以处理的3D画面和动画播放为开发内容研制的，所以公司原本冀望它能在一枝独秀的SFC阵线后继续延续任天堂的霸主地位，但结果却是双方中途突然不欢而散。

任天堂开发二部部长上村雅之先生这样评论中止制造的背景：

“从制作游戏软件的角度来看，在当时而言规格过高。同时，数据的读取过于占用时间，我们担心在玩游戏时会出现一些毛病。而且，主机性能方面由于要处理大量数据，所以需要准备足够大的内存，而由于半导体价格的高涨，搭载内存条会导致成本过高，况且非法拷贝的预防措施当时还未完善。”

此外，SCE宣传部部长福永宪一在回顾当年合作破裂时谈道：

“把任天堂公司的产品和我们公司的电脑联合起来进行娱乐的想法可能是个错误，任天堂公司重视的是如何让孩子们轻松游戏，而我们考虑的是更倾向于以成年人为中心，让更广泛的人群享乐。想法上的差异会导致商业运作的战略大相径庭，因此我们认为分道扬镳才是上策。”

第一次主机大战末期，激烈的技术开发混战围绕第二代主机的媒介产品如火如荼地进行。这一时期开发的大部分技术构筑了第二代主机的基础，也客观上导致今后第二代主机大战更趋激烈。

家用主机可与街机兼容
~NEO-GEO的战略~

在SFC、PC-E和MD三足鼎立的1990年，有一款开发理念完全不同的主机登场，就是可以和街机MVS底板完全兼容的“NEO-GEO”。正如Playmore公司宣传部门负责人所说：

“我们的开发理念是把街机品质原封不动拿到家用机上。但也正因为要追求这种理念，所以主机价格偏高。”

该机型的游戏软件每张高达20000日元，因此尽管公司方面推出了鼓励主机出租的措施，但仍难以普及。但随着游戏厅里对战格斗游戏热潮（*3）的掀起，该机型的理念开始奏效，拥有了一群忠实的电玩迷。后来NEO-GEO CD发售后，也在市场上也拥有了一片天空。由于NEO-GEO的出现，家用游戏机和街机间的鸿沟消失了，而且它开创了第二代主机和以后的主机，通常采用的家用主机与街机用可兼容底板相组合模式的先河。

答疑解惑

***1　大容量软件**

其特征是可以展现以前ROM卡带式软件容量所无法承载的视觉场景，以及CD音质的音响效果。经典之作是“天外魔境Ⅱ MARU”，竟达到了50万张的惊人成绩。

答疑解惑

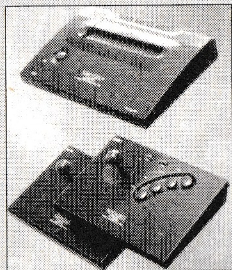
***2　低价位CD-ROM**

对电脑用CD-ROM系统尚未普及的当时而言，其价位相当昂贵。除电脑主机外，还需准备连接CD-ROM和主机的接口，总共下来要花费大概15万日元以上。

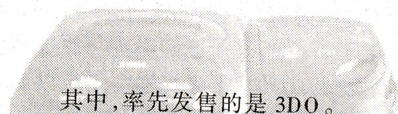
答疑解惑

***3　对战格斗游戏的热潮**

NEO-GEO的“饿狼传说”系列和“侍魂”系列深受好评，SNK一时间决定不把这些游戏移植到其他主机上。要想在家里玩这些游戏，就必须购买NEO-GEO的主机，而购买的人也不在少数。



初露端倪的第二代主机
～新主机的发布高峰期～



1993年是游戏业界第二次主机大战前哨战打响的一年。松下电器的"3DO REAL"、任天堂的"PROJECT REALITY"(后来的N64)、SEGA的"SS(暂定名称)"(后来的土星)，接着是这一年11月异军突起的索尼电脑娱乐公司的"PS－X"(后来的PS)等，四款生力军相继发布。紧接着新年伊始，NEC家用电子公司便推出"FX"(后来的PC－FX)，于是真正的群雄割据的局势形成了。当时任天堂宣布将于1995年末推出新型主机，因此各公司在拥有绝对优势市场占有率的任天堂公司推出新型主机之前，纷纷抓紧开发和销售本公司的主机。结果，1994年成为罕见的新型主机发售高峰年。

其中，率先发售的是3DO。

"我们的开发理念是Audio(音响)→Video(录像)→3DO相连，我们所提倡的观点不是让Audio和Video各行其道，而是使其产生互动的新格局。如当时被称为互动电影、现在所说的'生化危机'游戏软件，其设计注重的就是CG和电影播放效果。还有3DO的先锋作品'D之食桌'。"

(原3DO相关人士)。

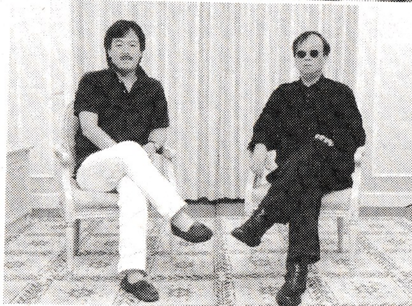
但是受它的价位(最初定价78000日元，发售前更改为54800日元)和重量级软件不足的制约，3DO在其他主机推出之前未能抢占市场先机。而后来在这一年年末的商战中，SS、PS、PC－FX三种机型相继推出，就此拉开了第二次主机大战的帷幕。

时代的遗产 "制作人"从幕后到台前粉墨登场

随着主机性能的提高和作品表现力的加强，游戏的制作群体也受到认可，以往只关注电玩一族动向的开发人士(制作人)自己也开始闪亮登场。从此时开始，"制作人"已经逐渐脱离了游戏流程中的意义而成为一种时尚的职位，并成为游戏软件购买时的选择标准之一。许多游戏人在这个时期制作了优秀的作品而名留青史，像以3D格斗游戏始祖"VR战士"成名的铃木裕，以FF成名的坂口博信，DQ起家的俶井雄二等等，地位就像电影界的名导演一样重要，对游戏玩家有着强烈的号召力。

业内著名制作人不但是游戏质量优异的坚强保证，也逐渐成为商家为推销游戏产品而打出的旗号。各位想必也有崇拜的人物吧。





时代的遗产：多产的主机 百家争鸣的美丽

文/假圣人

在上一个章节我们已经提到PC－E丰富多彩的机型，但除了PC－E外，其实还有相当多的主机曾经诞生过，看了统计表格，恐怕很多人都会惊讶，在1994年PS和SS登场之前，居然曾经发售过如此多的机型。

在群龙无首的年代，就会有混乱，甚至无秩序的情况发生。由于游戏产业规模越来越大，不断有人盯住这块流油的蛋糕，许多企业都试图在其中分一杯羹。不同的企业有不同的背景和习惯，每个介入者都将自己对游戏的看法和理解带到了这个领域。可以说，在游戏业第二个权利真空期即将到来之际，有许多新奇的想法都融入其中，一时间形成了游戏业的"百家争鸣"。反应到市场上，就是层出不穷的新款主机不断面市。就玩家而言，或许并不是非常愿意平台变化太多，经济上的压力会导致消费者放弃选择。但对于游戏产业来说，这么多新鲜点子同时迸发，不但可以互相借鉴学习，也等于免费进行了多项试验。不成功的机器将被市场淘汰，而相应地就有可能证明一种思路套用在游戏上并不成功。许多现在看来习以为常的行规和常识，恐怕大多是在那个大浪淘沙时代经过拼杀才遗传下来的吧。

在真正的次世代诞生之前，确实有太多富余实验性质的机器推向了市场。仅仅NEC就推出了如CD－ROM一体化机型和廉价版、电脑和LD联合机型等等各种版本，多达十多种版本的PC－E。而其他厂商虽然不致如此变化无常，但也纷纷上马。附表所列就是这段时期登场的主要机种。这些已经成为历史的名字，确实见证了那段辉煌的历史——当然，这种辉煌更多还是成就在为后人铺路之上吧。

主机名	发售年份	价格(日元)
NEO－GEO	1990	58000
SFC	1990	25000
TERA DRIVE	1991	148000
WONDER MEGA	1992	82800
MD2	1993	12800
WONDER MEGA M2	1993	59800
LASER ACTIVE	1993	89800
NEW FC	1993	7400
MEGA JET	1994	15000
3DO REAL	1994	54800
NEO－GEO CD	1994	49800
3DO TRY	1994	54800
3DO REAL 2	1994	公开价格
PLAYDIA	1994	24800
JAGA(海外)	1994	约21000
AMIGA CD32(海外)	1994	约50000

烽火诸侯

Since 1994－1997

头等大事：

■众商家为了在游戏业中获得一席之地而纷纷倾尽全力

■SCE成功的商业策略使自己代替任天堂成为业界新一代霸主

有史以来，最激动人心的时刻就在这个时期。几乎每天都有新闻爆出，每天都有新的产品，厂家活在不断的奋争中，玩家整日处在不断接受新鲜事物和新鲜概念的快乐中。虽然一家独大能够给企业和整个产业带来稳定，但平静的势头对玩家来说会过于平淡，没有在对抗中激情的感动……

年度大事记

1994年

- ?/??　● 各次世代主机纷纷面市

1995年

- 1/2　● PS格斗大作"斗神传"登场
- 2/3　● 次世代主机面临软件不足问题
- 3/27　● SFC"超时空之钥"正式发售
- 4/6　● 任天堂宣布SFC卫星资料传送计划
- 5/7　● SS和PS同时宣布突破百万大关
- 5/19　● 因3DO失利，松下提出M2计划
- 5/23　● 任天堂在E3展公开新主机外表
- 6/2　● SEGA调降SS价格至34800日元
- 7/13　● SONY推出29800日元的普及版PS
- 8/21　● 任天堂VIRTUAL BOY发售
- 8/25　● "马里奥4"发售
- 8/27　● 任天堂新主机定名为N64
- 9/13　● SEGA与SNK签定软件相互移植协定
- 10/25　● 国人自制主机"A'CAN"发售
- 11/21　● 任天堂宣布新主机定价25000日元
- 11/28　● SS价格降至29800日元
- 12/8　● PS主机价格降为24800日元
- 12/29　● SNK推出NEO・GEO・CD²

1996年

- 2/1　● SFC软件全面降价
- 3/21　● 20000日元的廉价版SS推出
- 3/22　● "生化危机"登陆PS
- 3/26　● 任天堂宣布N64主机延期发售
- 3/28　● 万岱与苹果电脑共同发表PINPIN主机
- 3/29　● 世嘉推出掌上游戏机KOD'S GEAR
- 3/29　● SQUARE正式宣布加入PS阵容
- 6/23　● N64发售，次世代战争全面爆发
- 6/23　● "马里奥64"与N64同步推出
- 7/21　● GAME BOY POCKET推出

年度大事记②

1996年

- 7/27　● SS主机专用MODEM及通信机发售
- 8/8　● CAPCOM公司发表新的街机系统CPS Ⅲ
- 8/22　● 第一届东京游戏展在东京BIG SITE开幕
- 10/1　● SEGA公司宣布停止生产成人软件
- 10/4　● SONY公司成立大型3D剧场
- 11/12　● 7－11便利商店正式加入销售家用游戏机软件
- 12/20　● SQUARE公司成立子公司AQUES发售"牌神"软件

1997年

- 1/14　● ENIX公司宣布加入PS阵容，日本游戏市场大局已定
- 1/23　● 传言SEGA公司与BANDAI公司将要合并
- 1/30　● SQUARE"最终幻想Ⅶ"隔日即破250万套(累积销售328万套)
- 3/13　● ENIX宣布"勇者斗恶龙Ⅶ"将会在PS主机上登场
- 3/19　● SEGA与BANDAI公布合并后的新名称
- 3/25　● WARP公司发表破天荒的软件——适合盲人玩的游戏
- 4/15　● BANDAI发表电子鸡，引领了携带类游戏的养成风潮
- 5/1　● BANDAI公司表示合并契约书延期到7月
- 5/27　● SEGA公司与BANDAI公司取消合并计划
- 7/3　● 松下宣布M2系统停止开发
- 9/7　● SEGA与微软公司发表128位元新主机的开发
- 9/17　● SQUARE加入街机市场，并发表第一款游戏软件
- 11/20　● SQUARE公司第一款射击游戏发售

DIGICUBE开始在便利店的销售

DIGICUBE作为SQUARE专门从事销售的子公司，在它销售的软件中最引人注目的是便利店特卖软件，而这些软件是在DIGICUBE连锁便利店以外买不着的游戏。吹响这类游戏第一声号角的是史克威尔于1997年3月14日发售的《武士道之刃》。由于DIGICUBE是史克威尔100%出资的子公司，因此史克威尔在发售便利店特卖软件方面显得十分积极。



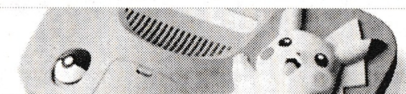
时代的遗产

帝国的孤岛 N64的意义

文/Hansir

如果把1983到2002年的这一个二十年称为电子游戏发展的全速推进期，那么把这个时期的最后阶段称为“爆发纪”不为过分，因为在这段时间，微电子技术，芯片制造技术得到了突破性的发展，有许多在几年以前还无法想象的东西变为了事实。我们经常提到的“摩尔定律”在这个阶段也被一般的游戏者所接受和认识。1996年NINTENDO推出了世界上第一台64位家用娱乐主机，名字则是再普通不过的NINTENDO64。无论从哪个角度来讲，NINTENDO都要算是电子游戏发展史上的不落帝国，那么NINTENDO64也无疑成为了这个庞大帝国中的一座孤岛。

1 强大的新技术 引导多边形大战



这里所提到的新技术，在如今已经能被一个普通玩家用相当专业化和富有理论性的语言解释清楚，那就是“POLYGON”，中文译为“多边形”。1996年N64发售的时候曾经引起过一场争论，在香港专业电玩网站中还曾经有过“关于N64机能剖析，以及主机位数”的论坛，如果资历稍微深一点的玩家恐怕对那次事件有所了解。其实在这之前的PS、SS等机种已经具备了相当的多边形运算能力，但之所以称N64引导了新一轮的技术革命，更具体的说是以多边形为主要指标的机能竞争，是因为在N64主机上诞生出了许多全新技术理念，这一点在今天也被业界中的大多数厂商所共享。

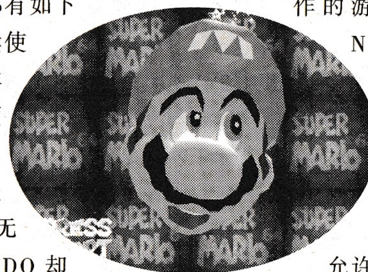
提到N64的机能，不得不以下面这个结论作为前提：无论从技术还是游戏产业的规律上来讲，NINTENDO64主机所在的决不是和PS，SS相同的层面上。当然，我们还是习惯于把N64称为次世代主机。从这一点上来讲，就不得不与另外两部主机相提并论。PS可以说是透明度最大的一台主机了，这里是从技术角度来讲，在当年日本的街头经常可以听到年轻人们谈论类似问题：PS每秒可以处理30万个POLYGON，而SS……所以从那个时代开始，多边形已经成为象征新主机强弱的最基本标志。但N64在那个时代所留下的伟大遗产并不在此，而是它首次实现了在一台家用主机上运用多边形技术构造了一个全“POLYGON”的游戏舞台，而这一切是建立在开启所有特效，而且没有任何虚华的过场CG或者动画的情况下（这也与NINTENDO64以卡带作为媒体有关）。笔者曾经最钟爱的一款游戏就是《FAMI通》当年唯一的满分游戏“萨尔达传说64－时之笛”，此作品不但把主机的机能发挥得淋漓尽致，最主要是它实现了在多边形游戏世界里的全新操作模式，清除了传统动作游戏在相当一段时间内所不能发展的桎梏，也为以后的A·RPG发展做出了重大贡献。

很多N64支持者曾经质疑：到底NINTENDO在设计这台主机的同时，又把它定位在什么样的位置上，因为他们经常可以遇到游戏不能继续进行的情况，而原因很简单：难度过高。这也是在以前主机上从未遇到过的。对此主机了解不多的人往往会对主机附带的手柄产生浓厚兴趣，这个家伙不但样子奇怪，而且在使用上也与其他主机不同。

N64的手柄为三叉结构，左方是十字键位置，中间红色的为START，中间的最长部分上则是使用率最高的类比摇杆，在其背后是Z键，A，B，C（分为3个子按键），和LR键的位置则与一般手柄无二，在大多数情况下，游戏者需要用左手握住正中最长的类比部分操作游戏中人物的移动方向，在这里可以做出一个恰当的比喻，那就是：握枪的动作，而扳机的位置正好是Z键所在的位置。想当年N64上风云欧美的人气游戏“007黄金眼”，就成功的运用到了这一特性，而任天堂所留下的操作理念也将毫无疑问的载入电子游戏的发展史。

2 严格的精英制 褒贬不一的选择

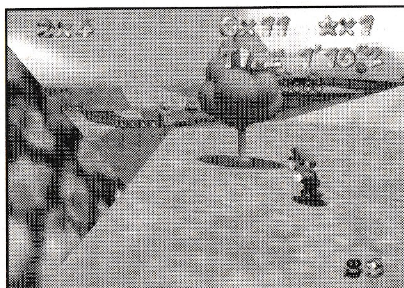




大多数游戏者都有如下看法：在N64上继续使用卡带作为存储媒体简直就是任氏一贯顽固不化的最好例证，在当时PS、SS已经把市场瓜分得所剩无几的同时，NINTENDO却在做一件让一般游戏迷所费解的事情。在他们公布的N64软件的开发协议中，如果想得到N64游戏开发权利的厂商，必须符合如下条件：本厂所制作的游戏软件，必须经过NINTENDO所设立的专门的“软件评测小组”的综合打分（细致到整个软件的各个部分：画面，声音，操作性等），成绩合格者才允许上市。这有点类似于中国的“上岗资格认证”……在这个阶段，很多人都认为N64最终的结果是胎死腹中，因为在这个情况下还会有几个重量级厂商加盟？的确，在那个时

代除了KONAMI，HUDSON，NAMCO等少数大厂商为其制作软件外，其他厂商完全视它为无物。SQUARE与NINTENDO背离事件不也正发生在那个时候吗？但截止到2001年的统计资料显示：N64全球的销量为37,000,000台，软件的销售更要远远超过这个数字，既然有了相当大的接受群体就可以称其为“势力”，那么任氏在构建这个在外人看来根本就是不可能成功的主机上到底运用了何等高明的手段呢？答案其实就是上面所提到的“精英制”，在众多PS和SS玩家的主机旁往往会发现大批的“搁置型”软件，大量CD－ROM最终的下场是被拿去作杯垫。而只要观察一位N64主机的拥有者就不难发现其中存在的巨大差别，同时也能体会到NINTENDO的高明之处。首先要说明的是：截止2001年的业界数字统计，自1996年6月23日以来，只有430部左右对应N64主机的游戏作品先后发售，而史上单部销量最高的软件却单单是N64上的“MARIO 64”……其制霸北美的风光景象想必大家也有所耳闻。

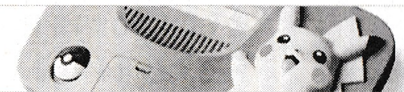
软件制作在之前所遇到的瓶颈是：厂商没有良好的技术支持，也就是说没有得到相关的数据库来开发一部满意的作品。但在后来已把主机机能摸透的情况下所遇到的新问题就是：盲目的仿造，复制。往往在一个成功范例的背后会马上有类似的仿制品问世，有些甚至在某些细节上都盲目套用，这不得不说是阻碍电玩发展的一个全新问题。而任天堂所遵循的市场原则则与此大相径庭：“精英制”其实完全可以代表NINTENDO的一贯风格。在PS、SS软件大量滞销的状态下，玩家所需要的是真正意义上的“游戏”而不是冒牌货。任氏正是吸取了SFC后期和PS，SS时代的市场经验，才最终决定了这个策略，而在市场中的成功也证明了这套理论的价值。虽然今天我们可以看到为数不多的N64游戏，但大多数游戏的名字可以烙印在玩家脑海里，一部《MARIO 64》在今天还被玩家津津乐道的谈论……玩家也以收藏经典的N64卡带为荣，因为经典就是经典，可能这也是“精英制”给游戏者即买方市场留下的宝贵遗产吧（笑）。



马里奥 64	■厂商：任天堂
基本资料	■主机：N64
与N64主机同期发售的超大作	■发售日：1996.6.23
	■类型：3D ACT

作为任天堂的招牌明星，马里奥为任天堂游戏事业可谓立下了汗马功劳。如果没有“马里奥64”笨拙可爱的身影，可能就等于宣布了N64的死亡。“马里奥64”不但是使任天堂腰缠万贯的法宝，也是令对手心惊胆战的利器。尤其是全球累积销量接近千万的事实，不得不让人心服口服。

3 绝对的奇迹 恶魔城默示录及外传

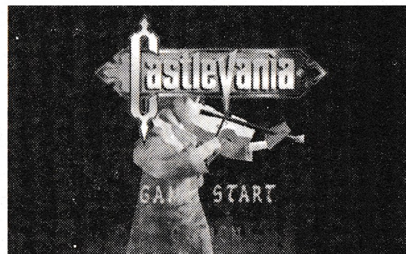


每当笔者与人谈起ACT时，都会自豪的说：我曾经将史上最难也可以说是最强的ACT游戏翻版两次。简言之，这个游戏绝对专业，且绝对耐玩。称它为这20年中发售的软件里的奇迹绝对不过分。也许接触过这部作品的游戏者着实不多，所以在这里只做简要介绍。其它机种上同系列作品也许大多数玩家都曾体会过（最著名的要数PS/SS版的“月下幻想曲”，其水准之高的确令游戏者废寝忘食）。

但将此系列改为全3D操作会是什么样子，大家可曾想过？

KONAMI借助N64优秀的机能把游戏舞台描绘得美伦美焕不说，更容入了3D操作模式，和专业的动作设计，这点不得不使笔者佩服。在过去的评论中曾经写过关于这个游戏的“走钢丝“事件（用N64的类比摇杆控制人物通过只有不足一个身位的钢丝，而中间还有吊灯阻碍，掉下去的结果就是OVER），这完全证明了N64游戏在制作理念上的独树一帜，即使是KONAMI这样的第三方厂商也会保留NINTENDO在游戏制作上的独特风格。

今天来看，这种游戏只有在N64上可以出现，KONAMI已准备将“恶魔城”系列在PS2上推出，而其新作则是回归原点的2D风格。它完全印证了这一作品的伟大之处，这也许就是不同时代造就的不同产物……



风云人物　饭野贤治

要说那个时代业界最有个性的人物，非WARP的饭野贤治莫属。1996年2月，他宣布制作PS游戏软件《ENEMY ZERO》，但是同年3月27日举行的“PS EXPO”会场上，又突然宣布将改为SS专有。该“事件”成为当年轰动的新闻。



“骄傲”的饭野在其它媒体也经常曝光。

时代遗产　东京游戏展

1995年，社团法人电脑娱乐软件协会（CESA）成立。第二年8月22日—24日，CESA主办了第一届东京游戏展。现在已成为例行活动。第一届展会根据CESA发布的信息，共有87家公司、350种以上的游戏软件参展，3天共接待约11万人次到场。



漂亮的展示小姐也成为展会的一大亮点。

『烽火诸侯』精要重事向您娓娓道来

真正的CD－ROM时代
～次世代主机发售～

“次世代主机”（＊1）是在PCE CD－ROM² 和3DO等所谓“生不逢时的主机”未能流行而勉强维持的状况下信心十足地推出的。打头阵的是SEGA1994年11月22日推出了32位机“SS”。SS售价44800日元并不便宜，但它在主机发售的同时推出了街机上好评如潮的3D格斗游戏《VR战士》SS版，从而着实抓住了SEGA客户等广大电玩迷的心。

然后是同年12月3日，索尼品牌的第一台家用游戏机“PS”由SCE开始发售。发售同时向市场推出了同是街机名作，NAMCO《山脊赛车》的PS版。再加上索尼公司出品第一台游戏机这条消息受到媒体关注，PS主机的销量一路走好。次世代主机发售的压轴戏是NEC家电公司推出的该公司最后一款游戏机主机“PC－FX”。该机型的原定发售日是12月9日，但就在发售前夕又宣布延期至12月23日推出，从而在开局就没给人留下好印象。其定价49800日元，是三款新机型中最贵的，再加上游戏软件的阵容较之前两款机器薄弱许多，从而导致其主机的销售处于困境。

尽管出现了PC－FX发售延期的意外情况，但在短短1个月的时间内竟有3款新规格的机型推出，这种发售高峰在游戏机发展史上不能不说是极其罕见的现象，而这也就是通常所说的“第二次主机大战”的开始。

多边形技术成为主流
～赢得客户的战略～

第二代主机终于站在了同一条起跑线上，随之而来的就是各公司间真正的较量了。关键问题是如何吸引客户对本公司产品的注意。由于同时期的任天堂没有推出32位机（＊2），使得任天堂在FC时代获得的未曾动摇过的宝座将交由这三家来争夺。在这场大战中，各厂商的强项可谓各有千秋。推出SS的SEGA的拳头产品是《VR战士》，一如街机上创下的惊人记录，该游戏作为SS的重量级软件拉动了主机销量。

另一方面，向市场投入PS的SCE公司营造出第三方厂家可轻松参与的环境，获得了众多厂家的支持，并从中成功地挖掘出许多优秀的制作人。这些因素使得PS在软件阵容方面超级强大，位于3强之首。这一切与SCE的母公司索尼音乐娱乐公司的支持是密不可分的，他们把运作音乐人等在音乐领域积累的成功经验用在运作软件制作人上，这主要表现在主机和游戏软件的结合方面。此外，擅于利用商业广告（CM）营销战略（＊3）也是它的强项。像“我们的游戏品种应有尽有”这样在广告中反复出现的广告标语成为这段时期的一段佳话。

三强之中，PC－FX以动画制作丰富的游戏软件为主打，受到少女电玩迷的极力推崇。它奉行的是一条完全独立的路线，原因是主机开发的理念不同。当时，PC－FX的开发负责人这样评说PC－FX的性能：

“PC－FX的设计着重于动画，我们开发游戏时的主要着眼点在于比PS和SS性能更高的电影播放功能。”

与以多边形技术为主要卖点的PS和SS不同，PC－FX注重的是电影播放功能。次世代主机大战的初期，从一个侧面看，似乎就是多边形技术和电影播放功能这两种理念的比拼。

多边形技术时代的到来
～三强之争～

在评述次世代主机大战的时候有一点值得一提，那就是采用多边形技术展现3D空间的游戏的盛行。《VR战士》和《山脊赛车》都是因为多边形技术塑造的真实感，而得到客户拥戴，一举成为经典游戏的。三强争战中，SS和PS集中了街机流行游戏和使用多边形技术的新型游戏，而擅长电影播放功能的PC－FX则增加了富于动画感的所谓“少女游戏”的内容。结果，这种主机理念的差异对主机的流行带来显著影响。与SS和PS主机销路持续走高的状况相反，PC－FX的销售局面不尽人意。上文出现的PC－FX开发负责人如此评论其主机未能流行的原因：

“如果PC－FX设计思路以多边形为中心，那么游戏的内容可能会发生变化。而且，如果和PCE CD－ROM² 采取兼容措施的话，效果可能会更好。”

很显然，时代潮流偏向的是多边形技术这一边。而PC－FX却恰恰与流行大潮背道而驰，在它把着眼点放在电影播放效果上的那一刹那，就注定了它在第二次主机大战中失败的结局。PC－FX从主机业界的政权争夺战中彻底败退下来，剩下的就是SS和PS一对一的较量了。

答疑解惑

＊1　次世代主机

“次世代”是直接转用的日文汉字，其外延是指SS、PS、PC－FX等当时新面市的游戏主机，内涵是指加入第二次主机大战的参与者。“次世代”意译过来，简单说是指“第二拨”的意思。

答疑解惑

＊2　32位机

1995年7月21日，任天堂发售其第一款32位机“VIRTUAL BOY”。该主机不是连接电视机的台式机型，而是立体眼镜式机型。主机的销路不尽人意，游戏软件也仅有区区19种。

答疑解惑

＊3　什么是CM？

CM是指商业广告营销战略。SCE的商业广告（CM）统统都在CM的标题下加入下面的标记和“砰”的声响。观众因而会自然而然地把目光和耳朵贴向电视机。

争取进一步扩大市场占有率
~两款主机的降价~

借助《VR 战士》热销的推动，SS 销数截止到 1995 年 3 月末为 84 万台。另一方面，PS 是 85 万台，销售数量都持续看好。而就在这一时刻，SEGA 亮出了它的终极王牌。他们加大宣传攻势，表示正在开发 SS 版的街机风行游戏《VR 战士 2》。《VR 战士 2》的品质比起 1 代来简直是天壤之别，街上的游戏厅里从早上开张到晚上关门全是电玩迷挤着要玩《VR 战士 2》，是个绝对经典的热门游戏。由于宣布了要将 3D 对战格斗游戏的颠峰作品开发为 SS 游戏的消息，SEGA 一下子在气势上把 PS 这个劲敌远远地抛在后面。

SEGA 的攻势还不仅于此。1995 年 6 月 16 日，SS 以 34800 日元的价格捆绑式销售主机和《VR 战士混合版》。游戏软件和主机组合销售的策略实质上使总售价降低了 10000 日元。这对尚未购买 SS 的人来说有相当吸引力，用当时多数专卖店的话来讲：

“从发售第一天开始就销售一空。”

与此相对应，SCE 于同年 7 月也断然决定降低 PS 主机的售价，他们以 29800 日元的价格销售缺省 S 端子的 PS 普及机型，售价也降低了 10000 日元。两款主机的降价大战对客户而言是个福音，人们可以轻松购买，但仍有不少客户犹豫不决，不知到底买哪款机型才好。因为当时在买机器之前还不知道某部经典游戏的最新作品会在哪个机型上发售，他们一直要等准确消息发布以后才会决定买哪款机器。直到两款主机降价半年以后，也就是 1996 年 1 月 31 日，该流行游戏的发售走向终于真相大白。

“FF7 决定在 PS 上销售！”

SCE 的阵营固若金汤
~FF Ⅶ发布的余韵~

由于决定在 PS 上发售 FF Ⅶ，使得客户的目光全部转移到 PS 上来，由此 SCE 成功地在主机市场占有率的争夺战中完全占据了优势。SCE 宣传部部长福永宪一先生是这样回忆当时重量级游戏“FF”系列决定加入 PS 后的情形的：

“从那时侯开始，PS 的销量眼看着越来越好。以前犹豫不知购买哪款机型好的客户可以安心购买我们的产品了，因此对于 PS 来说意味着良好局面的出现。”

最受打击的无疑是 SEGA，原本和 PS 势均力敌的 SS，由于 PS 正式决定推出 PS 版经典巨作 FF Ⅶ，而不得不将宝座拱手让人。

此后 PS 影响力一路势如破竹，扶摇直上。1996 年 3 月 8 日，史克威尔宣布成立子公司 DIGICUBE，并将在连锁便利店销售软件和主机。利用便利店销售游戏的新型流通渠道，标志着推动 FF Ⅶ流行的准备工作已全部就绪，这也直接关系到 PS 的盛行。

新的三强时代的揭幕
~任天堂 64 发售~

以 FF Ⅶ的发布为分水岭，由 PS 而一举活跃起来的游戏业界又出现了新的动向！任天堂经过多年的构思，终于向市场投入了一枚新型武器！1996 年 6 月 23 日，性能远远超过 32 位机 PS 和 SS 的 64 位 CPU 机型“任天堂 64”开始发售。任天堂在推出新机型之际提出的口号是，“游戏软件的品质追求精益求精”，这对大量推出各式各样游戏的 PS 来说，无疑是一封战书。

不可动摇的 SCE 阵营
~“FF”和“DQ”~

尽管 N64 这一新主机已开始销售，但面对任天堂和 SEGA 这两个老牌对手，手握 FF Ⅶ这张王牌的 SCE 阵营仍是固若金汤。同年 11 月 15 日，DIGICUBE 开始销售游戏软件，这意味着 FF Ⅶ发售的准备工作已全部就绪，接着在 FF 加盟的爆炸性消息发布之后 1 年，也就是 1997 年 1 月 31 日，FF Ⅶ终于开始发售！加上 DIGICUBE 在便利店的销售，仅发售那一周（*4）销量便创造了 200 万张以上的惊人记录。同时，PS 主机的销售数量也大幅增加——在 FF Ⅶ发售前一周的销售数量是 75998 台，而 FF Ⅶ发售那一周达到 137690 台——销量扩大将近一倍。

PS 的快攻战还不仅于此。FF Ⅶ发售的 17 天前，PS 又发布了一条石破天惊的消息：“我们将在 PS 上开发并销售《勇者斗恶龙Ⅶ》”（*5）。

ENIX 的福鸠康博社长（时任社长，现任会长）如此回顾在 PS 上发售《勇者斗恶龙Ⅶ》的经过：

“我们的一直坚持要把“勇者斗恶龙”系列放在最流行的主机上发售。因此，我们选择了目前最流行的 PS。”

这句话充分印证了 PS 所取得的全面胜利。在《勇者斗恶龙Ⅶ》决定加盟的时刻也就锁定了 PS 的胜局，从而次世代主机大战走向终结。

大作的力量不得不令人信服



SS/SEGA/1997.11.21

如果没有“VR 战士”撑腰，恐怕世嘉也没有多少底气敢推出土星。这种观点或许听起来有点偏激，但从实践来看，“VR 战士”确实是让土星在初期得以发展的最大动力。尤其是 2 代，其已经成为世嘉历史上日本市场家用游戏软件销量最大的一部作品。

答疑解惑

***4 发售那周**

FF7 发售那天是周五，3 天时间创下 200 万的销量记录。许多客户在已经预约，所以发售当天，排长龙现象也比往日少了许多。

***5 《勇者斗恶龙Ⅶ》发布**

在发布会上，公司宣布 DQ7 将于 1998 年末发行，但结果是直到 2000 年 8 月 27 日才发售，比宣布的发售日晚了 3 年半。

新的曙光

Since 1997－2000

头等大事：

■N64 在欧美市场大获成功取得与 PS 相当的份额

■土星后继主机 DC 诞生，并创造了一系列销售佳绩

■PS2 诞生

土星的失败令世嘉元气大伤，加上街机事业逐渐走向低谷，世嘉在家用游戏业上步履为艰。但坚强的世嘉并没有放弃拓展的希望，开始了更多领域的尝试，并推出了自己第七台家用游戏主机。在世嘉的推动下，SONY 也不得不发展自己的计划。就在这种竞争中，业界又一次进入了良性竞争的循环。

年度大事记

1997 年

- ?/?? ● PS 在日本出货突破 500 万台

1998 年

- 5/21 ● SQUARE 公布 FF8 资料
- 5/25 ● 世嘉发表新主机 Dreamcast
- 5/25 ● WARP 发表 DC 版“D2”
- 11/27 ● DC 和“VR 战士 3”同步发售

1999 年

- 2/11 ● FF8 发售，创下 360 万的最好成绩
- 8/5 ● FF 电影宣布将于 2001 年上映
- 8/18 ● N64 与 PS 都在北美降价至 99 美元
- 9/4 ● 任天堂公布 GB 后继机 GBA
- 9/10 ● 任天堂新主机“海豚”计划传出
- 9/12 ● DC 北美单日销售额达九千八百万美元
- 9/15 ● SCE 正式公布 PlayStation2
- 11/21 ● “口袋妖怪金・银版”发售
- 12/1 ● EA 和美国在线签下五年策略计划
- 12/15 ● “鬼武者”上市
- 12/29 ● “莎木”终于顺利上市

2000 年

- 1/23 ● Eidos 宣布在 DC 上推出“古墓丽影Ⅵ”
- 2/3 ● “最终幻想”三部作品记者发表会
- 2/16 ● 世嘉公布 DC 用数码摄影系统“Dreameye”
- 3/3 ● SCE 公布 PS2 网络计划
- 3/4 ● PS2 初回出售 98 万台
- 3/7 ● 12 岁女童遭两名男子行抢 PS2
- 3/8 ● 首批 PS2 主机有 10% 为瑕疵品
- 3/9 ● 微软正式发表 XBOX 硬体规格
- 3/14 ● 美国世嘉公布 DC 专用 Cable Modem
- 3/18 ● Indrema 公司公布 L600E 主机
- 3/23 ● 世嘉宣布“梦幻之星网络版”夏季启动
- 4/7 ● PS2 带动日本 DVD 影片市场
- 4/10 ● BANDAI 公布 WSC

回味一下几次刚刚从身边经历过的激动

关键词 悲情而个性的 CM

“SEGA 太老土，还是 PS 来劲！”

如果不是亲眼看到这一幕，恐怕谁都不会相信这是一向以刚强著称的世嘉在推销自己产品时做的广告。由于家用机事业一直处于低谷，SEGA 决定用更好的宣传来推广自己的产品。该广告由 SEGA 当时的专务董事汤川英一先生主演。通过贬低自己的公司，从而表现出积极致力于下一代主机销售的精神面貌。



世嘉全力推广 DC

关键词 史上空前的 3 月 4 日

2000 年 3 月 4 日 PS2 发售。在 1999 年 9 月的发布会上，久多良木社长关于发售日曾说：

“平成 12 年 3 月 4 日，数字上正好是 1、2、3、4。”

这句话引起采访记者的哄堂大笑。而平成 12 年 3 月 4 日这一天还真的成为了日本游戏发展史上值得纪念的一天，全日本都沉浸在该机型登场的狂热之中。

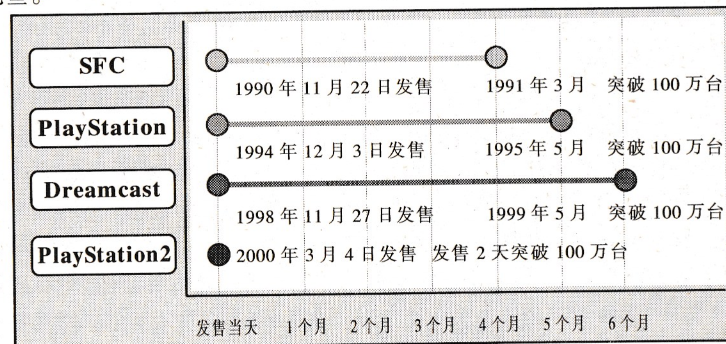


3 月 4 日就是许多玩家的狂欢节。

关键词 百万大关 ．生产 100 万台对平台商而言是最最重要的一道关卡．

对硬件厂商来说，历来有“100 万”和“300 万”两个关键的指标。100 万是衡量主机未来能否有发展的根据，而“300 万”则标志着该主机能否在市场上站住脚。下表反映了几台主机突破百万大关所经历的时间。毫无疑问还是 PS2 的成绩更出色些。

四大主机品牌突破百万大关历经时间的对比表



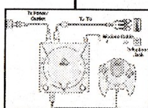
★所用数据均依据厂商正式公布的生产数量

时代的遗产

娱乐终端 新时代索尼的追求

文/SILENCE

新时代游戏霸主索尼从介入游戏产业的那天开始，就没打算固守成规地走任天堂的老路。作为家庭娱乐终端计划的探索者，索尼是如何一步步走向网络化，娱乐综合化的呢？



1998年DC面世时多方网络化道路探寻 预示将来主流平台将要必然发展的方向

1998年5月，每年一届的E3展正如火如荼的进行着。世界尖端的电脑技术，游戏生产力的全面展现一如往年，成为世界经济活跃现象中一个必不可少的组成成份。这一届在电视游戏方面的焦点无疑是DC的正式发表和推上日程。但是在这道红色漩涡裹住一切目光的时候，来自电脑界的一些动态也许可以从侧面反映出日后的一些趋势。首先是微软的游戏产品通过代理商向家用平台移植，“帝国时代”、“Moto Cross Madness”、“Urban Assault”三款软件登陆PS平台。同时借由DC发表所披露出来的世嘉与微软的合作（采用WINce作为新平台操作系统），也预示着这个野心勃勃的电脑大鳄开始将注意力投注日渐上升的电子游戏市场。

另一电脑大厂苹果在这一次展会上的宣传重点就是面向游戏制作者开发的平台iMAC，希望通过这个功能强化的新平台将优秀的游戏制作人吸引到苹果平台上来表演。随着游戏市场的日渐活性化，有越来越多的电子电脑巨子注意到了这块肥沃的土地，两类接近而不同的市场个体在逐渐的交汇，游戏厂商联合电脑企业的发展趋势初见端倪。而值得注意的是，每年一度的“PlayStation Award”采用了网络实时转播发表会的推广方式，网络对于游戏宣传的辅助功能在不断加强。

然而这一切的意义都无法与北美电子大厂Tiger发表具有网络功能的掌机“Game.Com”相比。这台掌机以突出的电子邮件功能和联网对战机能作为主要卖点，在E3上展示的网络对战游戏“Giga Fighter”向世人展现了新生代电子游戏的蓝图之一。虽然尽管有CAPCOM“生化危机”的加盟都无法挽回这台掌机昙花一现的命运，但是电子游戏平台如何适应时代变化而作出自身的更替进化，这台小小掌机的理念已经颇具代表性。

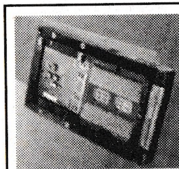
6月23日到6月25日召开的“CG OSAKA 98”也成为了游戏历史上值得大书特书的一个日子。松下，这个一直战斗在电子游戏市场边缘的电器名家公开展示了机能强劲的主机“M2”，64位元的CPU、对应DVD-ROM的扩展端口、以高清晰的图像和CG动画会放功能为优势，可以这么说，正如她的前辈“3DO”一样，松下敏锐的嗅觉使他们走到了时代的前沿，但可惜的是机遇总是与他们插肩而过。带着日后饭野的无尽叹息，“M2”犹抱琵琶半遮面的倩影终于只是在世人面前一闪而过，将1998年游戏历史发生重大转折的这一年的全部锋芒交给了DC。以自带modem为标准配备，以资料交换交流为基本特征的VMS作为游戏记忆方式，世嘉向着时代的召唤跨了很大的一步，但以GD-ROM这一专用媒体作为软件搭载方式却又后退了半步。与索尼的四年战争也许令世嘉醒悟到游戏主机的出路在于多端发展，适应新生代消费层的变化，但她终于还是没有清醒的意识到，新生代的游戏主机究竟只是一台单纯的游戏机，还是一种经过进化的新锐的娱乐电器。

接下来的一年，也就是1999年，人们终于等来了3月份PS2的发表，和5月份任天堂与松下提携开发次世代主机的公布。这两台神秘的未来主机正式公布透露出来的消息，有一个相同点就是，对应网络是他们必然的发展方向。



PS2庞大终端处理器计划直指电脑CPU市场 SONY“狼子野心”促成当今游戏平台竞争格局

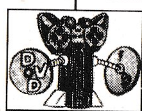
一直以来就有这么一个说法，索尼开发PS2没有采用和DC一样的OS（WINce），而舍近求远地采用了Linux本身就意在与微软对抗，并且以浮点小数运算具有较高优势的CPU“Emotion Engine”直接箭指奔3的做法最后促成了微软以牙还牙的全面反扑。固然有一些臆猜的成份，但一些事实为这种假设提供了有利的证据。我们仔细观察这两年索尼的动向，可以发现，从PS2发表会（1999年3月2日）巧妙的安排在Pentium III发表会前一天开始，事实上就是索尼一直在咄咄逼人的挑战微软。1999年3月与东芝合作设厂量产“EE”；为配合PS2事业从1999年4月1日起增设半导体事业部；1999年7月16日发表设立对应PS2的图形处理芯片专用会社；1999年9月8日，在以iBOOK和CPU战争为主要



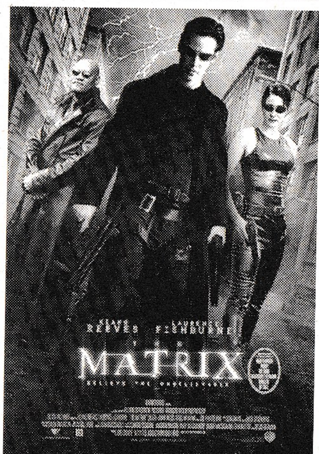
“奔腾4”推出之前，PⅢ一直是英特尔公司在个人电脑CPU市场的主力产品，整数和浮点运算都很优秀。

话题的“WORLD PC EXPO99”展会上，SCEI开发本部部长冈本伸一明确提出了“索尼是‘Computer Entertainment’”的概念，并且强调“EE”带来的“实时数字娱乐处理技术”将推动数字化时代的进化。1999年9月13日正式发表PS2发售细节的后一天微软匆忙公布奔3和赛扬系列CPU的持续降价。1999年9月末市场调查专门公司Forrester Research代表更是明白指出，索尼开发PS2这一“特洛伊木马”不仅要志向于担当新时代家庭娱乐主流的角色，带有侵略性的“EE”性能设置更是间接的震撼了CPU市场的传统格局，微软唯有拉开开发同样的多媒体次世代主机部署才有可能保证"PC防卫战"不致完全受制；2001年3月9日，更是公开发表了索尼与东芝以及IBM合作开发以“CELL”为计划名的新次元高速处理器。

2000年3月4日PS2正式发售后，索尼在新时代数字处理器战争上的攻略步伐层次分明，合作对象的扩大，“EE”用途的推广，以及庞大数字技术网的架设，都充分证明了索尼这个永远的科技先锋的大气宏图。我们固然可以看到现在微软遮天蔽日的金钱攻势如何令人惊愕，但通过这些事实，我们更有理由相信，是索尼将传统的游戏主机战争拉入到了多媒体娱乐处理器这一更大战局当中，索尼改变了“高科技玩具”产业的格局，任何一个对手，包括任天堂，都不得不顺天应人地踏入到这片光幻迷离的新战场中来。



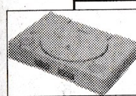
游戏平台与DVD音像媒体相结合 开启新时代主机附加功能的标准



对于电影市场相对比较冷淡的日本来说，DVD标准的普及对以音像出身的SONY也非常重要。

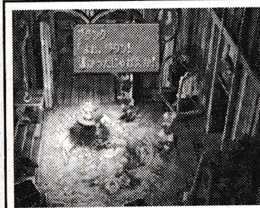
由PS2所推动的日本DVD市场大繁荣更直接证明了家庭多媒体娱乐终端的概念将如何左右当今形态的游戏平台。

有几个简单的数据可以证明这一点：“黑客帝国”是PS2平台上第一个销售量超过百万的“软件”。2000年度因为PS2的发售，日本国内DVD音像制品市场营业额上升40%以上。2000年财政年度索尼因为PS2DVD解码器对应全区问题以及生产不足，而导致当年连接业绩下调为7兆2000亿日元，营业损益也由前年的73亿日元黑字变为120亿日元赤字，但同时为PS2提供芯片的会社LSI Logic达成7亿5100万美元的销售额和1亿1600万黑字的收益。并且随着PS2在北美地区销售的持续走高，2001年末结算北美许多游戏厂商以及音像制品厂商的股价上升。2001年3月期结算（相当于2000年度财政结算），索尼电影事业也达到了10亿7300万美元的历史最高纪录，家庭音像制品（专指DVD产品）全世界出货300种类共3900万张以上。于2001年发售的两台主机Xbox和NGC全部采用DVD－ROM作为软件媒体，并且以直接搭载或兼容机的方式认可了游戏主机附加DVD播放功能的主流设置……



危险但明智的向下兼容策略

SONY在原先不成熟的GBC继承GB的向下兼容先例基础上，PS2的向下兼容除了本身的主机过渡以外，更是代表着SONY的家电化操作。并且影响了未来主机的更新换代将会采取用户终端技术升级的走向。

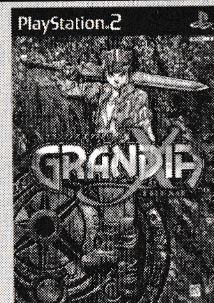

对没有PS的用户来说，拥有PS2至少不用担心玩不了过去PS的游戏了。

PS3 整个时代的趋势 未来将印证一切

从Xbox的发售到PS3技术的大致阐述，未来游戏平台的网络化、硬件本身的活动外延以及软件概念的变更，再一次证明了传统的“游戏机”已经完全进化为家庭多媒体娱乐终端。自PS时代索尼为游戏业界带来light user概念之后，次世代时期的索尼更是将游戏产业的格局定位在家庭多媒体娱乐终端战争的位置上。电子游戏由于本身的特性要求时刻紧跟时代信息化的演变，把握住这一高科技娱乐事业的走向和脉搏，索尼功不可没！

时代的疑惑 备受争议的二手软件

在日本，“二手软件”被叫作“中古软件”，是指一些玩家将自己不再玩，并且卖到店铺重新流通的软件。由于是个人行为，厂商无法从中获得收益，而且二手软件也影响了厂商游戏发行数量。自从CESA出面开始打击二手软件活动后，这个问题也就从地下转到了明面，厂商始终在为禁止二手软件流通而努力。后来经过多轮裁决，东京、大阪两家高等法院裁决认为二手软件销售合法，现在正在等待最高法院的判决。但是未来可能会有一种妥协的方法，就是由二手商店将销售获得利润的一部分返还给厂家。



二手软件只有官方价格的四分之一甚至更低。

『新的曙光』精要重事向您娓娓道来

SCE 脱颖而出
~次世代大战终结~

PS 握住《勇者斗恶龙Ⅶ》这张强有力的王牌，有如如鱼得水。其实在这个时期 PS 已和 SS、N64 在销售数量上拉开了差距，而《勇者斗恶龙Ⅶ》和此前 FF Ⅶ 的发售无疑更加强了这一趋势，PS 主机的销售数量总是保持 SS 和 N64 的 10 倍左右，PS 的产量在这一年 9 月全世界累计突破 2000 万台。PS 旋风席卷北美和欧洲，热潮延伸到世界范围。

而这一时期 PS 的竞争对手 SEGA、任天堂和携 3DO 后继产品卷土重来的松下电器却缺乏有力的新闻报道，这也从另一侧面给人留下“PS 才是老大”的印象。相反的，从 SEGA 方面和松下电器方面分别传来“SEGA 和 BANDAI 取消合并（1997 年 5 月 27 日）”、“松下电器打消 M2（*1）的念头（1997 年 7 月 3 日）”等负面消息。第二代游戏机的先锋人物松下电器在宣布取消 M2 计划后便退出了游戏机商业圈……2 年以后它和一家意想不到的企业合作，意图重新打入家用游戏机市场，当然这是后话了。

马不停蹄的快攻战
~新主机的准备工作~

在 PS 所向披靡的 1997 年 9 月，日本经济新闻头版刊登了一条令人震惊的消息：“SEGA 和微软将合作开发 128 位游戏机。”新闻内容记载详实。但当时 SEGA 立即予以否认。看来他们仍打算携 SS 苦战到底。在年末年初之际推出了大规模促销活动，登场的主角是演员藤冈弘扮演的“SEGATA 三四郎”。极富个性化的人物和大规模配发体验版的宣传攻势在媒体中引起轩然大波。而 PS 阵营也不甘示弱，年末年初也采取了大举动。PS 居然将主机售价从 19800 日元闪电般地降到 18000 日元！除了发送强劲“降价”卡外，SCE 还发送了 85 万张体验版游戏，并发布消息说将把库存次品以 2000 日元的均价销售。任天堂公司也推出了可改写 SFC 软件的“任天堂 POWER”，但却没能遏制住 PS 的势头。结果，从 1997 年年末到 1998 年年初，各主机的销量大致为：PS 是 648708 台，N64 是 89464 台，SS 是 70595 台（1997 年 12 月第三周——1998 年 1 月第一周数据）。

答疑解惑 *1 M2计划失败

所谓 M2，指的是松下电器开发的高速图像处理技术，并不是某个特殊的主机名称。松下电器的计划，是打算将 M2 作为 3DO 的辅助设备，先发售搭载 M2 技术的适配器（M2 ACCELERATE），之后再单独发售 M2 主机。



PS 获得了压倒性胜利。

PS 和 SCE 一路乘风破浪，马不停蹄的打出闪电战。而竞争对手也不肯就此罢休，他们不断实施新的战略，以击垮 PS 阵营。

下一代主机的脚步声
~SS 的后继机型~

1998 年初，第一个浪头就无声无息地打过来了。1998 年 1 月 14 日，CESA 宣布将开展宣传活动以打击无许可的二手软件，这个消息的发布也就是现在厂家和商店之间仍在持续的“二手软件争论”的开端。就在这个消息发布后余波未消的 1 月 23 日，终于有一个厂家出手了。这个冲击波就是“SEGA 决定发布 SS 后继机型”的消息。

和微软合作、拥有上网功能的第一款家用游戏机、新社长亲自主持新机型开发工作……已与 PS 拉开较大差距的 SEGA 意图凭借这些新鲜刺激的标语推出 SS 后继机型以令其收复山河，而该机型也确实成为一枚重磅炸弹。当时 SEGA 的副社长入交昭一郎先生受原 SEGA 会长的大川功先生（已故）的钦点而一跃成为新社长。

SEGA 发布的消息不仅在 SEGA 公司，在游戏业界也掀起了轩然大波。众多厂商认为游戏市场并不能全是一成不变的游戏，也纷纷出马参与进来。

最先启动的是依靠 PS 而独领风骚的 SCE。他们闪电般地发布了新式便携机（后来的 POCKET STATION）。该主机在内存卡上带有液晶画面，可作为独立的便携游戏机使用……SCE 的这个新构思令游戏业界沸腾了，也从此拉开了飞速发展的“便携游戏机大战”序幕。

袖珍玲珑的实力派
~便携游戏机大战爆发~

1998 年发布了多款便携游戏机，街机老大 SNK 和老牌厂商 BANDAI 也一举加入这个生气勃勃的新市场。前者于 8 月发布“NEO - GEO POCKET”，后者于 10 月东京游戏展上发布“WONDER SWAN”。于是，以 1998 年为契机，以前由 GAME BOY 垄断的便携游戏机市场一举进入激荡年代。

与此同时，面临诸多挑战的任天堂也没有袖手旁观，他们于 3 月 10 日正式发布后来热销以致于供货不足的超人气主机“GAME BOY CALOR”。

“GAME BOY CALOR”在国内外引起了很大的反响，10 月 21 日刚一发售，就不断有商店断货。到其后继机型“GAME BOY ADVANCE”登场为止，它在便携游戏机市场的霸主地位在不少读者们的记忆里怕是至今仍旧津津乐道吧。



GBC 简要资料

显色能力	32000 色
电量消耗	600mW
尺寸规格	横 78/厚 27.4/高 133.5（毫米）
本体重量	138 克（含电池）
初期定价	6800 日元

新款主机接二连三！
～DREAMCAST 启动～

与便携游戏机大战接踵而来的，是在SEGA发布新款主机以后，普通游戏机战线上也掀起轩然大波。首先是史克威尔于5月15日发布了后来成为PS称霸功臣的"最终幻想"系列最新作品。之后在第二周的5月21日，SEGA公司历史上第七代新款主机"DREAMCAST"(DC)也终于揭开了它神秘的面纱。正如主机名称DREAMCAST那样，在这台机器的标准配置中搭载了上网用的MODEM，还有一点独到之处是其使用的记忆卡VMS，采用了可以兼做便携游戏机设计的"可视记忆卡"，还加载了和以往家用游戏机明显不同的功能。至此，游戏机业界的新时代宣告到来。

SCE的福永先生是这样回忆竞争对手的消息发布的：

"PS的销路之前一直很好，但在新机种推出以后情况就发生了变化。1998年夏天我看到SEGA公司做的个性化广告后，便开始关注它将采取的战略了。"

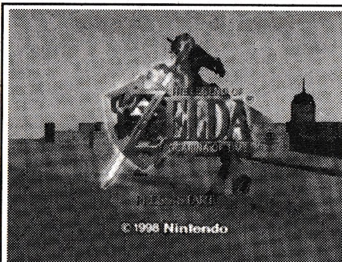
由于如此众多的便携游戏机和DC的发布，这年秋季召开的东京游戏展盛况空前。接着在此次东京游戏展余音缭绕的11月上旬，网上发布了一条石破天惊的消息。"SCE、东芝将联手开发PS2"。在这个消息带动下，SCE发布消息承认将开发下一代主机。由此，尚未谋面的新型主机一下子跃升为谈论的焦点。

在这种大潮下，SEGA的新机型DC终于发售了，第一批产量为15万台。当时的入交社长宣称目标是在年内生产50万台，但实际情况却与他的这种判断出现了偏差。

主机产量不够了……

由于零配件生产跟不上，结果未能卖出预想的数量。在主机发售后不久，正当电玩族们购买欲旺盛之时却遭遇缺货危机，这无疑对后来产生了深远影响。

应该肯定的是，DC启开了新时代的大门，但却陷入人气过旺导致缺货这种进退两难的境地。另一方面，PS在DC发售以后并未止住火爆势头，在这一年年末的商战中仍保持销售数量冠军宝座；任天堂64受1998年11月发售的重量级软件《赛尔达传说 奥卡利那之笛》推动势如破竹。就这样，1998年在"PS VS 后续主机"的局面下落下帷幕，之后来临的就是激动人心的1999年了。



赛尔达传说

●N64/●NINTENDO/●A·RPG

作为任天堂RPG天皇级大作，不但历史上第一个获得了《FAMI通》杂志的满分评价，也在欧美市场上获得了大丰收。即使今天看来仍旧光彩夺目。

终于出现了后续机型！
～PS2～

从1999年初期开始，PS阵营接连爆出新消息。首先是1月23日，PS决定进行第六次主机价格降价。主机售价仅为15000日元，为发售当初价格39800日元的40%还不到。紧接着，为该消息助阵，《最终幻想Ⅷ》在2月11日发售。这一庞然大物的出现，使得游戏预约购买量轻松突破200万张。由于主机价格下降和重量级软件的推出，PS又一次成功发掘出一批新客户。而且SCE的攻势并未就此罢休，2月15日在美国的游戏学会上，又发布了名为"EMOTION ENGINE(*2)"的超高性能电脑芯片。

这一优质新产品是新闻媒体和电玩族始料不及的，而它偏偏就在3月2日召开的SCE发布会"PS会议1999"上成为了现实。后来担任SCE社长的久多良木健先生（时任SCE副社长）在当时的发布会上高声宣布PS后继机型诞生。

答疑解惑

***2 EMOTION ENGINE**

EMOTION ENGINE是SCE和东芝共同开发的超高性能图形处理芯片。因为自持该芯片能够处理大量图形计算，不但能实时处理高清晰画面，更能有足够的余力使画面角色呈现出像真人一样复杂的各种表情(EMOTION)，所以用EMOTION来命名，以图给人一种它是"表情发动机"的感觉。

代号"DOLPHIN"
～任天堂的新主机～

PS后续机是超乎想象的主机，其CPU正如传说中的那样，搭载了"EMOTION ENGINE"。它采用DVD-ROM，绘图能力达到每秒6600万个多边形，而且可以兼容PS。但任天堂赶在这一消息公布后尚未引起强烈反响前采取了行动——明确表示将推出下一代主机，而且性能更会超过PS后续机。这则消息过去2个月后，也就是5月12日，任天堂在日本和美国同时正式对外发布。

任天堂的山内溥社长和松下电器的森下洋一社长出席了记者招待会，宣布名为"DOLPHIN"的下一代主机是由任天堂和松下电器联手打造的。

以DODLPHIN的发布为开端，任天堂发动了大规模攻势。首先是在6月，他们发布将开始着手开发采用任天堂64磁盘驱动器（64DD）的新事业"LANDNET DD"。7月宣布将推出当时最为流行的主机GAMEBOY COLOR的后继机型。然后是9月2日，终于正式发布GAMEBOY COLOR的后继机型"GAMEBOY ADVANCE"。



反射型TFT液晶屏幕/260*160像素解析度/32000色显示/32位RISC-CPU加8位CPU

青史留名的9月
~最有力竞争者终于出动~

由GAMEBOY ADVANCE的闪电发布而开启的9月，大事记接二连三。9月3日,SCE终于公布了计划于来年推出的PS后续机的详细规格:该主机名叫“PS2”,售价39800日元,将于2000年3月4日发售，支持DVD播放,并向下兼容PS游戏软件。平时每逢久多良木社长公布新消息的时候,发布会会场外云集的记者们(特别是外国记者)总是欢声雷动。等到新时代主机大战的最有力竞争者PS2详细情况一公布，游戏业界沸腾了。这时期,DC在其宣布的6月大幅降价活动(从29800日元降至19800日元)推动下,销售数量一路攀升。同时,微软公司的XBOX也在新闻媒体初次登台。但是,PS2的流行实在是太疯狂了。

“从今年年末开始，大家都已经对市场上的主机失去兴趣转而持币观望。”(零售商店店长)

无法用以往常识对号的PS2

极富传说色彩的3月4日
~PS2发售~

2000年最初的话题是史克威尔所提倡的网络服务“PLAY ONLINE”。在这一话题盛行的同时，史克威尔宣布将在PS2上发布“最终幻想Ⅹ”和“Ⅺ”，这无疑给即将发售的PS2吹起了一股和煦的春风。借着这个势头，SCE的久多良木社长于2月3日宣布了一则前所未闻的100万台宣言：“PS2在发售日将出货100万台”。

“主机的生产没问题，但记忆卡的生产却没有跟上。我们担心的不是销售数量，而是记忆卡是否能够满足供应。”

(福永宪一)

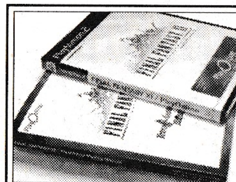
接着就是2000年3月4日……

PS2终于摆上了商店柜台,全国各地的专卖店前排起的长龙最长的达到5000人以上！这在排队买家用游戏机的历史上创造了新的记录。

针对这种排队现象，SCE的久多良木社长说了下面这段话。

“3月4日这天对PS而言,仅仅是5年中普通的一天。要知道,娱乐和交流的需求是人类的天性。以这一天为分水岭,今后数码娱乐的世界将更加广阔——”。

由任天堂叩响、再由DC完全开启的新一代门户前,PS2跨了进来。接着,这一无法阻挡的时代大潮搭乘着众多的竞争对手汹涌而来。



“最终幻想”系列为PS2的前进拓展道路

从PS2宣布以后，SQUARE就跟上，并且宣布将在三年内推出三部“最终幻想”系列作品。在主机诞生初期就得到了如此强援的PS2，可是比PS时期的发展顺利多了。而FF11更是以网络游戏为突破口，如果成功的话，也将为SCE打开一个崭新的领域。不过，发售后的FF11还是遇到了许多预想不到的问题。

再回味一下几个似乎昨天才发生的事件吧

90年代后半期最流行的游戏如果不算是GAMEBOY的“口袋妖怪”，那就没谁敢应下来了。其人气不仅限于日本,甚至还普及到世界各地,引起了空前反响。根据游戏杂志的统计，GAMEBOY游戏软件的销售数量是：“口袋妖怪(红、绿、蓝)”约1000万张,“口袋妖怪(金、银)”约780万张,这一数字还仅仅是日本国内的统计数字。同时,这时期游戏业界的有如“啪啦啪啦啪”、“DANCE DANCE REVOLUTION”等游戏,也就是所谓的“音乐游戏”十分盛行。



“口袋妖怪”作为一种社会现象，已经超越了游戏的局限，成为动漫、玩具等多个领域的大众明星。

神奇的“口袋妖怪”缔造神话

焦点人物 入交昭一郎



↑2000年6月辞去SEGA董事长职务，并离开世嘉公司。现任入交昭一郎有限公司的代表。

在世嘉发布土星后续主机，也就是Dreamcast的关键时期，入交昭一郎顶替长期表现平平的中山隼雄，就任SEGA新任社长。入交原是本田技研工业公司的副社长，后来转到SEGA公司工作。经过几年不懈的努力，在1998年2月就任社长之前，已经担任了SEGA会社的副社长之之职。而在作副社长时的入交，就是全权负责世嘉最后一台主机Dreamcast开发工作的协调安排，可以说是他带来了世界上第一台配备标准网络功能的游戏主机。不过，世嘉失败的命运未能在入交的努力下扭转。面对PS2越来越强大的攻势,DC不得不直面失利,而入交在一片指责声中也不得不引咎辞职。

便携游戏机的发布丰收时期

1998对于便携式游戏主机来说，很像4年前家用机年频繁发布情形一样，有许多机型诞生,具体如右边表格。

日期	事件
2月19日	POCKET STATION 发布
3月10日	GAMEBOY COLOR 发布
4月14日	GAMEBOY LIGHT 发布
5月21日	透明记忆卡发布
5月23日	NEO-GEO POCKET 发布
10月8日	WONDER SWAN 发布
10月28日	NEO-GEO POCKET COLOR 发布

面对未来

Since 2000－2002

头等大事：

■世嘉宣布退出游戏硬件提供商的角逐

■PS2又一次站到了业界的潮头浪尖

■软件巨人倾力进入家用游戏产业

SONY又一次获得了全局性的胜利，并且直接导致了世嘉在家用游戏产业上崩盘。不过世嘉虽然退出了，却换来了实力更强劲的操作系统帝王——微软。也许用『三个女人一台戏』来形容有点戏谑，不过确实在业界又一次形成了三足鼎立的局势。不过，这回谁会成为下一个退出者呢？

年度大事记

2000 年

- 4/17 ● PS2 被日本列为管制出口产品
- 4/24 ● PSone 有关消息成为焦点
- 5/9 ● “海豚”计划更名为“STAR CUBE”
- 5/13 ● E3 展世嘉公布 DC 的 DVD 装置
- 5/24 ● 传言 SCE 已经注册“PS3”商标
- 6/8 ● “PSone”正式对外公布
- 6/23 ● 传闻 SNK 公司将推出新主机，
- 7/7 ● “最终幻想Ⅸ”发售，但销量平平
- 7/13 ● 太阳电子公布 PS2 专用数据机
- 7/21 ● 任天堂推出限定版皮卡丘 N64
- 8/22 ● 任天堂新主机最终定名为 NGC
- 8/26 ● “勇者斗恶龙Ⅶ”火热发售
- 8/30 ● 彩色 WS——“WSC”发售
- 10/26 ● 北美 PS2 发售，50 万台首发待售
- 12/1 ● DC 的 DVD 扩充周边宣布夭折
- 12/21 ● “梦幻之星网络版”发售

2001 年

- 1/2 ● PS2 主机出货突破 400 万台大关
- 1/6 ● 微软正式公布 XBOX 主机外型
- 2/12 ● GBA 预约量高达 300 万台
- 2/23 ● “梦幻之星网络版”北美版上市
- 2/23 ● 世嘉公开展示“VR 战士 4”
- 3/21 ● GBA 发售，三周销量破百万
- 7/16 ● 任天堂公布 NGC 周边配备价格
- 7/19 ● “最终幻想Ⅹ”登陆 PS2
- 7/19 ● PS2 专用硬盘发售
- 7/31 ● 任天堂宣布 NGC 首批出货 50 万台
- 8/21 ● ENIX 宣布 DQ Ⅳ移植给 PS
- 9/14 ● NGC 发售，价格 25000 日元

2002 年

- 2/22 ● 微软 XBOX 正式登陆日本市场
- ?/?? ● SQUARE 宣布与任天堂合作

富有而伟大的“追求革新者”比尔·盖茨



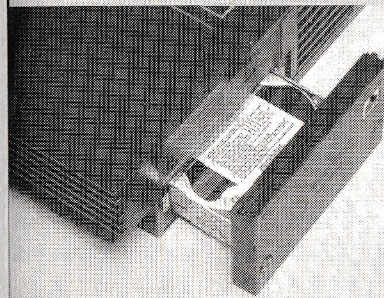
微软公司的精神领袖比尔·盖茨在 XBOX 的发布会上曾经说过：

“我对手下寄予的期望和要求，就是要追求一种境界，一个让电子游戏发生真正革新的境界。”

如果说 PS2 是为了保持业界霸主地位而出，NGC 是为了维护任天堂“精品战略”而做，那 XBOX 则是适合比尔·盖茨不断求新，富余创造的性格，而投入到游戏业中，并给业界带来革新和创造的主机。XBOX 为追求革新，配置了网络端口和硬盘……可是，这些离革新的成功还很远。但当支持这台墨绿色魔盒的人有所失落时，只要能看到比尔炯炯有神的目光，看到他不着边幅的身形，就会重新找到对成功的信心。微软任重而道远，但有了坚强的领导，也许再远的道路也只是通往成功的序曲。而能将所有怀疑扫荡的，正是比尔坚定的信念和强大的个人魅力。

新时代关键词——宽带

随着游戏主机硬件性能越来越强，功能越来越多，尤其是网络越来越重要，所以充分利用网络已经成为游戏开发者非常关注的问题。对游戏机来说，网络甚至可以说是像 3D 技术的诞生和应用使游戏上升到一个新高度一样，将把游戏提升到另一个层次。但实现网络应用离不开一些基础的设施，而网络速度的快慢将直接影响到玩家的感受。游戏的“宽带”是指 ADSL 和有线电视网络等大容量高速线路。随着 ADSL 等宽带方式使用费不断下降，其推广地区也将逐步扩大，进而为网络游戏进入家庭提供了必要条件。而伴随宽带的普及，网络游戏提供实时游戏和实时对战已经不再是梦想。而提供什么内容的软件将成为今后的重点课题。



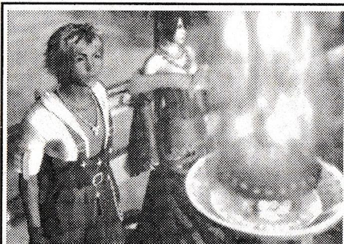
『面对未来』精要重事向您娓娓道来

从DVD播放机的角度出发
~PS2的实力~

2000年3月21日发售的PS2，销量一路扶摇直上，连续多日让商店处于缺货状态，可谓好评如潮。但其游戏软件的销售额相形见拙。游戏软件的销售额比起主机的销售数量差了许多。这与该机型的DVD功能有很大关系。由于PS2里装载了DVD播放机功能，使得它树立了当时正趋流行的DVD业界最便宜播放机的地位。“买了PS2，既能玩游戏又能看DVD。”有这种想法的客户自然而然会买PS2来当DVD播放机使用。这使得游戏软件的销路明显比不上DVD软件的销路，DVD软件在PS2发售后其销量迅速增加。游戏业界有一种常识，即主机销售往往不能带动商业利润的提高。但是，SCE宣传部部长福永宪一先生这样说道：

“我们的另一目的是为今后进行更大规模的商业活动而尽可能拓展机器的适应面，而无论是游戏畅销还是DVD畅销都可以达到这个目的。我们希望为欣赏电影而购买PS2的客户，当发现有自己感兴趣的游戏推出时也会前去购买。”

一直苦于没有重量级软件的PS2终于出现了它的救世主。2000年7月7日《最终幻想Ⅸ》发售，2000年8月26日《勇者斗恶龙Ⅶ 伊甸战士》发售。这两个游戏都是作为PS用游戏软件开发的，结果在这一时机相继发售。特别是后者创造了系列游戏400万张以上的最高销售记录，其兼容性起到了决定性的作用。而另一方面，有关方面反映，由于PS2一举提升了游戏机的性能，使得制作方开发相应的软件需要许多时间。到底能够充分发挥该机型神奇功能的软件何时才能登场呢？其答案离我们不远了。2001年4月28日《GT赛车3》发售，其细腻的游戏内容和技术的完美结合令人惊叹不已，游戏时使人有完全身临其境的真实赛车感觉。这是PS2诞生后第一张发挥其硬件实力的游戏软件。其后，《合金装备2》和《真・三国无双》、《最终幻想Ⅹ》、《鬼武者》等高品质的游戏不断推出，使PS2稳居游戏机的首席宝座。但后来又有两款新型机器诞生，他们虎视耽耽地意图夺取PS2的宝座地位。



以FF10为代表的一大批大牌厂商倾心打造的精品游戏，令PS2前景一片光明，使得SONY在目前新一轮争霸战中夺得结实的先机。

小小四方体蕴藏的构想
~NGC的设计理念~



2001年9月14日发售的GAMECUBE与PS2正相反，它在刚推出的时候效果并不是很好，游戏软件当时包括第三方厂商制作的软件在内仅有三款，没有强力软件推动主机销量。推出后1个月，宫本茂参与制作的《皮克敏》发售。尽管该游戏受到一些人的好评，但它也未能掀起畅销巨浪。终于，任天堂推出了一款热门软件，这就是《任天堂明星大乱斗DX》。该游戏的前身，是曾在N64上创下了长期热销的记录，而此部作品更加大了画面方面的内容，与前作相比毫不逊色。11月21日的发售改变了主机的命运，第一周一举创造了30万张以上的销量记录，并对主机的销量产生了巨大的推动作用，成为一款真正热门的游戏。其销量突破100万张，持续推动了主机的销量，在该游戏发售5个月后热销势头仍然不减，令人称奇。

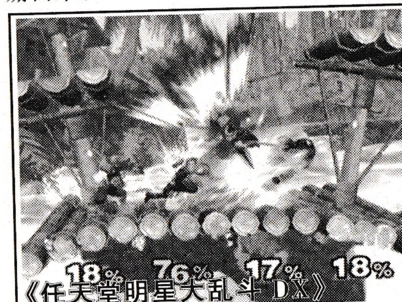
任天堂的态度仍旧是比质不比量，尽管所推出的软件数量并不是很多，但《动物森林+》、《动物番长》等均是品质极高的作品。此外，前述“PICMIN”软件发售后没过多久，由于商业广告歌曲的流行而重新激起该软件的销售热浪，其销量开始增加，继而成为《任天堂明星大乱斗DX》后的二号候选软件。

任天堂董事、综合开发部部长竹田玄洋如此评价逐渐完善游戏软件内容的GAMECUBE：

“N64尽管拥有高精度的设计，但在开发充分发挥其性能的软件方面遇到了困难。我们在吸取其教训的基础上，把目标锁定在两者兼备的游戏机——既要能让游戏开发人士自由发挥想象，又要具备迅速实现其游戏构想的良好性能——基于这种考虑才推出了这款产品。”

GAMECUBE坚持的主机设计理念是面向游戏开发人士。现在，它以《阳光马里奥》、《赛尔达传说GC(暂定)》为武器，进入挑战PS2的战备状态。

下面，是又一个竞争对手从美国姗姗而来。



《任天堂明星大乱斗DX》

其实也不是什么高深莫测的作品，除了图像做得非常干净和一堆熟识的明星外，似乎一时找不到什么过人之处。但玄机之处，就在于玩下去后，你很容易欲罢不能。

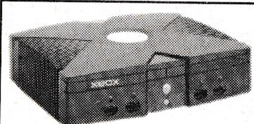
来自微软的黑色袭击

~XBOX~

在听到这个消息的时候，大家都怀疑自己的耳朵。

但是，在2001年1月美国召开的发布会上，我们面前现身的那个巨大的黑匣子，却告诉人们这个事实：微软推出了游戏机。作为游戏机，XBOX第一次搭载了硬盘和英特网端口，其规格同使用视窗系统电脑软件公司的产品一样，搭载了家用PC的奔腾CPU，并提供相同游戏开发环境的DIRECT X。可以说，XBOX就相当于一个笔记本电脑，这是它的优势。首先，由于游戏开发工具在WINDOWS机器上就可以使用，因此降低了游戏开发成本。其次，人们应用DIRECT X来制作程序，使得开发软件比较容易。另外，其极富魅力之处还在于可方便移植WINDOWS的游戏。从这些方面来看，与面向游戏开发人士的GAMECUBE的着眼点是相同的，但其经历的历程却明显不同。XBOX与GAMECUBE和PS2的不同之处在于，它从一开始就具备了网络环境，可以从以太网端口进入大千世界。到底这个世界有多神奇呢？

强壮的盒子



■CPU：Pentium Ⅲ 733Hz
■内存：64MB
■内存带宽：6.4GB/S
■多边形数：116.5M/S

虽说体积大了点，但体积大的好处在于能有更多内部空间使其机能齐备。正所谓“一分份量一分货啊”！

在崭新的时代来临之前

~网络和宽带~

当然，PS2和GAMECUBE也注意到了网络问题。PS2发布了包含在线游戏在内的网络游戏《最终幻想Ⅺ》，并发布了PLAYSTATION BB，可使用ADSL和FTTH等宽带服务，不但可以接发电子邮件，还可以发送PS和PS2的游戏软件、音乐和动画。GAMECUBE首发阵容选中了由SEGA发售的DC火爆游戏“梦幻之星网络版”的最新作品“梦幻之星网络版EPISODE Ⅰ & Ⅱ”。然后，XBOX宣布于5月在美国举行的E3上将发布诸多最新消息。什么是“追求革新”呢？看看以上三个公司就明白了。尽管他们采取了三种不同的模式，但在追求新颖娱乐性方面是共同的。但应该看到，我们无法预料未来会是怎样，就象当初我们没有想到时代已进入可以用手机(*1)娱乐SFC游戏的时代一样。今后展现在我们面前的将是一段惊人的历史，人们可以尽情去享受生活。

答疑解惑 *1 手机游戏

得益于JAVA程序语言，使得手机玩更高级的游戏成为可能（不是简单的“记忆蛇”）。国内这个领域仍处于空白状态，但在日本，特别是J－PHONE手机性能极强，可以玩“恐怖惊魂夜”、“魔法门”、《沙罗曼蛇》等游戏。



畅所欲言 还是肆无忌惮

智弱名人访 下



我是智弱，但我的采访可不弱智哦



上海育碧软件公司游戏策划部经理叶伟先生采访

在《游戏批评》第二卷A上刊登了叶伟先生接受智弱采访的上半部分——“白昼夜谈”，主要谈的都是叶伟领军制作的第一款国产游戏《夏日彩虹》。这回则是天南地北，没有限制的自由交流……

国产游戏“国产化”的困惑

■游戏中许多玩家喜闻乐见的东西，都是要靠钱才能砸出来的

智弱：“夏日彩虹”一通做下来，对于习惯做“国际业务”的你来说，对国产游戏有了更深的感触吧。

叶伟（以下简称叶）：我曾和大宇的朋友交流过武侠题材在国内“大肆”流行的原因。和我的看法不一样的是，他们认为武侠题材对中国市场而言还有许多可以挖掘的地方－他们，包括许多国内游戏制作者，都觉得“武侠”这个题材很有希望成为中国独特风格的D&D（龙与地下城体系）。

智弱：这可是由来以久的呼声啊，难道你想逆流而上，对这种趋向持反对态度吗？

叶：每个人都有选择自己目标的权力，对别人的做法我不能说三道四，毕竟这是他们自己的理想。在我眼里，中国游戏市场并非已经百花齐放，也许我们不应该让它总是这么的单调下去。消费者有不同的口味，它永远都不会被一种形式和风格所统一，作为商品的供应者，我们应该为消费者－尤其是为中国这个还处在懵懂期的游戏市场，提供更多选择的余地。

武侠题材或许是众多口味中很重要的一个，但总不能动不动就都是“武”、“侠”什么的，一拥而上产生的后果，现在很多人恐怕都领教了。久而久之，市场迟早会对这种一成不变的感到腻烦。所以我觉得国内的游戏制作者们要有自己创新的想法，不要总是套在武侠的圈子里。“夏日彩虹”采用国产游戏以前从没尝试过的模式来制作，就是这种思考具体实践的一个结果。

智弱：的确，现在武侠游戏在国内有些泛滥，疯狂的时候给人感觉就像是量产化、情节化、模式化的电视剧一样平淡无味，往往情节化太严重。

叶：真要能做到情节化就很不错了，现在是许多制作者在剧情上根本就不用

心，拼凑出来的往往是断断续续和晦涩无趣的流水帐。

智弱：这种状况应该是国产游戏市场薄弱折射到制作方的结果吧。

叶：的确，国内游戏市场本身的不景气－确切的说，中国还没有真正的游戏市场－的确让真正的行业内人士很难适应。在做“夏日彩虹”的时候，我大概有十几次打算放弃，其原因就是不愿与国内的实际情况做妥协。毕竟作为育碧这样一个国际化的大型游戏制作公司，承接制作的都是面向国际大市场的产品，不管怎样，我和我的同事一直都是在用“国际惯例”来制作游戏。许多制作习惯和手段在我们从事国产游戏创作前一直认为是天经地义、理所应该的，但在和国内其他第三方合作时却根本行不通。而主要原因就是我前面(注：其言所指在《游戏批评》第二卷A刊登的本访谈的上半部分）所说的，长期低水平竞争的市场造就了这样低层次的制作方法和制作态度。

智弱：看来是总部对这个产品未来能创造的收益已经有了个明确的底数了，所以在成本控制上把得很严吧。

叶：这的确是关键！我不能说花了大钱就能做出好游戏，但反过来，现在这个时代，真正优秀的游戏一定要花大价钱却是难以辩驳的“真理”。

智弱：国产游戏的困境就在于此吧。

叶：同其它因素，像什么制作传统、敬业精神和创造力这些有点虚的东西相比，预期收益无法保证，或者说过于低迷，是影响这个产业在国内良性发展的最大障碍。成本抑制的直接影响，就是质量标准必须大幅降低。许多国内“游戏作坊”制作标准的要求，实在让习惯了国际标准的我们难以想象。

智弱：不妨举个例子。

叶：比如要在游戏某个场景加入音乐，撇开乐曲创作方面的工作不谈，我们的Sound Producer(音效处理师）会把事先得到的数码音轨一层一层抽出来，然后根据制作人的要求以及对该段场景的理解，重新进行混编处理，从精致的细节着手处理出独有的音响效果。这与国内许多制作者直接用WAV文件编辑、甚至从网上下载通用音效库这样的做法根本不能同日而语。问题是成品出来后，国内普通消费者在普通PC环境下，却不一定能在两者中间听出多大的区别。花了精力但未必讨好，国内制作所干脆就不去精雕细琢了。

智弱：如果从事国产游戏，你们的确是要处在一个进退两难的境遇。

叶：有些东西——尤其是许多玩家喜闻乐见的动画，都是要靠钱才能砸出来的。最简单直接的例子就是史克威尔和“最终幻想”——FF10就是典型的金钱造大船的策略，它的动画对中国同行而言是一个天文数字。同等素质的动画，即使是叫香港先涛这样相对廉价的动画公司来做，1分钟的价格也要超过80万人民币……

智弱：FF10大概有30多分种的动画呢！！

叶：即使所有动画都拿到香港做——实际上一些极高质量的片段香港也是做不出来——光动画就至少2500万元人民币以上。这种大手笔，没有大国际市场作为销售对象，怎能实现得了？

智弱：但你们要拿高成本制作习惯来做国产游戏，压力确实很大呀！！

叶：我们只能说是尽量用高的制作要求和严谨的流程来完成“夏日彩虹”。但是我们只能去做1万元、甚至是7千元1分钟的动画，在这种情况下，我们只能说，如果实际效果并没差到100倍，那就还算是及格了的。

智弱：国产游戏圈子一直有个衡量的标尺，那就是开创武侠，或说中式RPG风格的《仙剑奇侠传》。你觉得相比之下，“夏日彩虹”会有怎样的评价呢？

叶：这是一个很难有确切答案的问题。“仙剑”诞生的时候，国内这样的PC游戏还比较少，许多PC玩家甚至几乎从来没有看到过类似的东西，所以她的影响力自然会超越本身素质的局限。其实台湾大宇（出品“仙剑”的公司）其后推出了许多优秀的游戏，比如“轩辕剑”系列，但在口碑上都无法与“仙剑”相提并论。这并不是游戏质量本身的问题，而是你无法和一个已经成为传说的东西做比较。我希望“夏日彩虹”能有机会创造一个“奇迹”，因为我们并没有走中国武侠RPG的老路，而是选择了有点新意（至少在国内PC领域而言）的类型，从某种程度上来说，“夏日彩虹”比“仙剑”更有深度。



从心里痛恨软件产业的仓鼠——盗版

■虽然我偶尔也会“买”些盗版，但我的原则是“盗亦有道”

智弱：国产游戏目前还是拘囿在一个很浅的层面里，许多公司都不得不向维持生计俯首称臣，你作为从业者对这种生存状态也是很无奈吧。

叶：这的确是一个棘手而又让人无可奈何的事情。

智弱：你个人对造成国内这种状况的主要因素——盗版是怎么看的呢？

叶：作为一个从业者，我用痛心疾首来形容并不过分吧。(笑）不过就我个人而言，我也有自己对盗版的一个标尺。

智弱：哦？是什么呢？

叶：那就是只要是盗版的游戏、软件，我肯定不会买；但DVD，也许我会有买盗版的可能。

智弱：哈，原来你是只关心自己行业的痛痒，不关心其它“人”的死活啊！（笑）

叶：这倒不是。首先，我必须承认盗版本身是一件可耻的事情，是不值得夸耀和寻找借口的。我们应当肯定和尊重别人的精神劳动，不过在国内不是什么正版都能买到的，大量国外的电影在国内只有盗版可觅，有时你找点东西还真的是麻烦。

智弱：这到是很关键的一点。

叶：更关键的在于，电影的DVD版虽然和游戏软件承载的媒介是相似的，但他们在实现的利益收获上却有本质的区别。电影首先要放映，靠票房收回第一轮资金，在票房上收到足够成本之后，才通过DVD、录像带等形式进行第

二次收益，所以即使我买了盗版，也不会影响她收回成本——当然这主要还是针对国外电影而言。但游戏不一样，无论谁制作的游戏，她都需要通过销售光盘来获得直接收益，如果我买了盗版，就等于直接从他们的碗里把饭抓出来，这实在是很残酷的事情。

智弱：那你买 DVD 是……

叶：一般来说，只要有条件，我一般都是通过 AMZON 或者自己出差时买正版带回来——我自己的正版碟大概比有些人的盗版碟还多。只是对于一些实在很难觅到正版的东西，我就只能去找盗版了——不过这毕竟是很伤心的一件事。

智弱：那我们就不要再触这块伤痛了。



游戏制作人——没有止境的追求

■要是较真儿的话，我觉得自己连做个优秀企画的资格都没有

智弱：现在我想问个比较关键的问题："夏日彩虹"已经坚持下来，那你是否觉得自己是这个 Title 的制作人呢？

叶：这个很难讲了。从内心来看我并不觉得我是制作人——虽然我很想，但整个游戏并没能朝着我所希望的方向去发展，有太多东西我无法控制，所以虽然这个游戏的内核融合了我的许多想法，我也付出了许多的辛苦，但我却并不能对这个作品负责，所以我觉得我不能算作"夏日彩虹"的制作人。

智弱：那你觉得作为一个制作人应该有的品质和素质是什么呢？

叶：这些东西不能一概而论，不同人有不同的特点，有的制作人品质就相当的恶劣（大笑）。其实制作人这个职位谁都能当，只要你有钱有机会去实现自己的梦想，你就有了一半可能去做一个制作人。但要当一个好的制作人可不是轻而易举的事情，反正我自己不算是一个好的制作人。

智弱：那你觉得怎么做一个好的制作人呢？

叶：关键有两点。第一，是你自己有想法，你要做的东西有深度有个性，这可能是不少制作人都能做到的，只是每个人做到的程度不同而已；另外一方面就是管理的能力，如何处理好你与手下共事的同事的关系，协调好不同部门之间的关系是非常重要的一个环节。对制作人而言，强调个性是值得提倡的，但因为太强调个性而与部下矛盾重重同样是不可取的，所以制作人的协调能力就至关重要。

智弱：国内有什么好的制作人么？

叶：真正意义上的制作人还很少吧。甚至不客气的说，现在国内连真正优秀的企画都没有几个。现在有一种错误的认识，似乎玩过许多游戏就能做游戏企画，其实完全不是这么回事。关键不在于你玩过多少游戏、多久时间，而在于你对游戏有没有真正的感觉。另外，好的企画还要对整个游戏制作流程非常了解，需要具备基本的与人沟通的能力。要严格说起来，光是这些要求恐怕就足以让我出汗。

智弱：那你个人比较推崇哪几位大牌制作人呢？

叶：在我看来，几乎每一个知名制作人都有不足，而且往往他自己鲜明的特点也就是他很大的弱点。比如说铃木裕，他的作品过于强调技术上的虚拟现实。他本身是程序员出身，在游戏性和技术的选择之间，他往往偏向后者。"莎木"和"法拉力 355"都是很好的例子，技术品质无可厚非，但 Game Play 上也的确有很多毛病。再比如小岛秀夫，许多人认为他很完美，但看看他的代表作 MGS，PS 和 PS2 上的两代都有一个共通的弊病——过于冗长的抒情和拖沓的故事架构。PS 和 PS2 版都有大段不合时宜的抒情，而从游戏性角度来看 PS2 版和 PS 版系统几乎没有大的改变，这两点就能看出点问题了。而再仔细琢磨一下 PS 版和当年 FC 版的区别，你会发现除了后来用了 3D 来表现外，几乎没什么本质的飞跃。作为一个 Producer，这实在是有点悲哀的事。

智弱：那就没有制作人"放在"你的眼里了？

叶：那倒不是，相对而言我更喜欢世嘉的那帮创作天才。只要注意一下就会发现，世嘉是很不爱做续作的一个厂商（当然最近比较糟糕的财务状况迫使他们也炒起冷饭来），有些明明很成熟了的题材，他们就是放弃不做，而去做一些新的尝试。这对业界的进步起了很大的推动作用。当然，SCE 近些年来也有不少创新的尝试，像"烟花"、"蚊子"、"我的暑假"等游戏也都很有点意思。但两者本质的区别在于 SCE 的创新往往来源于生活启发，而世嘉的很多东西却是凭空创造出来的，这确实令人佩服。

智弱：还有别人吗？

叶：对所有名制作人，我都不会有什么盲目的崇拜（大笑）。但单就个体而言，在所有人中间，我更欣赏宫本茂。作为美工出身的他，对画面搭配、运动控制如何符合人的视觉和生理习惯非常有研究。在"马里奥"历代作品的人物和场地设定上，宫本茂都看的相当远，细节制定异常缜密，令人佩服。当然，只是相对的欣赏而已，要说那种五体投地的崇拜，我还没有这种感觉。

智弱：那你认为在中国做一个游戏制作人的关键是什么？

叶：除了那些必备的知识和应该培养的素质品质外，我觉得现在国内游戏对现实的关注实在是太少了。所有游戏都在走特别"天国"化的道路，感觉游戏里淡出的都是与现代中国人无关痛痒的东西。其实现在许多许多古装片的创作者，都是以映射现实为出发点的；做游戏也应该是这样，游戏不能太没有关注现实的基本意识。

智弱：你觉得一个制作人在做游戏时应该有怎样一个把握呢。

叶：我个人认为，制作人对一整套游戏题材连贯性的把握非常重要。一个系列的游戏，前作与后作是否要采取一样的游戏形式并不是最重要的，关键是你的整套故事系统，整套思考逻辑能够不断延续并发展下来。

智弱：是什么使你有这种概念的呢？

叶：应该说卢卡斯和他的“星球大战”对我的影响是很大。当初他做“星战”的时候，就已经有了一个很庞大的设定体系，不光出电影，而且涉及游戏、小说等许多领域。我在美国买的一本“星战”小说的附录里，有非常详尽的时间纪元表，几乎所有相关的影视、小说、游戏背景都能在这个纪元表中找到依据。

智弱：“星战”的影响从美国流窜到了你这儿。

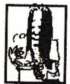
叶：可以说我是在“星战”影响中长大的，它确实是对我很重要。

智弱：这么听来，似乎你对游戏本身好玩与否看的并不重。

叶：好玩是一个很难以界定的概念。对于RPG来说，究竟什么算是好玩？系统还是故事？每个玩家的看法都会不同，制作者的想法也会不同。比如说“樱大战”就是故事强于系统的代表作，但很多人都觉得好玩。我个人觉得，还是应该在好玩之外，多加一些需要人感觉和思考的东西。

智弱：听说整个“夏日彩虹”的初稿，以及当中许多情节设定都是你自己做的，但是目前国际流行的趋势，应该是专业分工的不断细化。比如说，现在有专门的美工，专门的程序，而且也应该有专门懂文学，并且了解游戏的剧本创作者，而不是让大部分工作都由制作人来完成吧。

叶：是的，我很同意你的观点。但是也不应该排除一些制作人有这样的创作热情，比如小岛秀夫和他的Metal Gear。整个剧情设定就是小岛自己完成的，再由专人来在文字上润色。其实游戏制作在某种程度上是很自私的，每个游戏都会有制作人自己的风格烙印在上面。我不能保证请一个写手就能写出我想要的东西，尽管我可以把我的想法跟他讲清楚，但做游戏文字创作对写作者的要求比较像电影，要求作者有比较强的镜头感，能知道现在的文字将来会怎样用画面的方式表现出来。



家庭和游戏之间浑然天成地走到了一起

■我很早就靠游戏养家了，所以家人对我这方面的管制很少

智弱：接下来问点个人生活问题。

叶：我应该没什么生活问题吧？（笑）

智弱：我也没打算向大家揭发你的生活细节。

叶：那就好。

智弱：你比较喜欢的游戏，玩的最多的是什么呢？

叶：最近这两年来，我对足球游戏的热衷更进了一步，主要是“胜利十一人”系列。其实，早在FC时代，我就很爱玩足球、篮球游戏。WE制作组是真正懂得足球的人，他每出一代新作我都会买——当然是正版（笑）。除此之外，像我比较有兴趣的“最终幻想”、“合金装备”和“樱大战”等系列，也都会占用我不少时间，只是现在很难去彻底了解和体会而已了。

智弱：家里人原来反对你玩游戏吗？

叶：我可是很早就靠游戏赚钱了呀！（笑）加上我住的比较独立，所以家里人对我玩游戏并不过多控制。

智弱：那结婚以后呢？您夫人是否……

叶：还好，她也常玩游戏，而且现代女孩子对这些已经比较认同了。不过随着年龄的增长和家庭的建立，生活中有很多事情要占据大量时间，你也不可能太多地去玩游戏。

智弱：可你经常加班，做游戏又是靠时间堆积完成的，那她会有意见吗？

叶：这个，就看你怎么哄了……（大笑）



做游戏杂志或许是走投无路后的一种选择

■可以说叶伟是中国游戏杂志领域最早的开路人之一……

智弱：最后想跟你讨教点历史问题。

叶：我的历史也没有污点。（笑）

智弱：据我所知，国内第一本游戏杂志类出版物不是《电子游戏软件》，而是“电玩迷”，她的始作俑者就是你。

叶：这算是一个“污点”吧。（笑）

智弱：可惜天时不顺，很快北京就有正式游戏刊物了，而没有刊号的《游戏迷》不幸早夭。听说当时你还与“电软”有过正面“冲突”，指责“电软”靠运气赢了一个不公平的胜利……

叶：记得我在大学一年级写了第一本游戏方面的书。学生时代比较单纯，干什么可以较少顾虑，但毕业后必须面临就业挣钱的问题。原来的想法很简单，觉得只要有人愿意投资办本游戏杂志，那其它事我一手包办都行——“电玩迷”就这样诞生了。可在上海搞刊号几乎不可能，而北京那边一下子就出了两本游戏杂志——一本“电软”，一本《家用电脑与游戏机》……

智弱：没想过到北京做游戏杂志吗？

叶：那时我已经有了稳定的工作，加上很快就和两本杂志建立了比较好合作关系，所以就没有过去。

智弱：想过去北京做游戏杂志编辑吗？

叶：没有，我个人比较习惯我行我素，喜欢做自己的事情，不愿意受别人控制，个性使然吧。人看上去比较“柔和”，实际上内心是比较倔强和刚强的。

智弱：想做喜欢做的事情，所以就选择了游戏制作？

叶：从某些方面来讲是这样的，毕竟目前国内游戏制作的环境还相对比较宽松，许多想法都可以从容地去实现，尽管市场和制作的条件还很差。

智弱：你还会从事游戏杂志这行吗？

叶：很难讲啊，说不定我失业了就会到北京找你们帮忙啊（笑）。其实一切的关键，无论你做什么事，首先都要保证有生存的基础——说白点，你要有足够的资金来满足理想的实现。无论你是获得投资也好，或者有收入来维持你坚持下去也好，总之需要有根基才行。光靠空想，是永远做不成事的。

智弱：讨饶这么很久，看着你的同事一个个下班离开，你还坐在这里陪我，真不好意思。我们就结束吧，可别因为耽搁时间长而让你太太不高兴。

叶：不会，我事先打过预防针了。

游戏策划基础 魔杖十

文:叶丁

游戏与电影叙事结构

Games and Narrative Structure of Movies

英雄之旅中的人物原型

(Archetypes)

在整个叙事过程中充斥的人物，其实像上一回我们讲情节有相应套路一样，也是有章可循的。把他们分门别类，我们就会发现有着那么多的相似，而总结起来就是人物原型(Archetypes)。这回就让我们简单地看看在英雄之旅中会遇到哪些基本的人物原型。

在神话世界，你会注意各种各样的角色类型和他们之间的联系——冒险的英雄们，在冒险之门冲着路人们召唤的传令官，提供知识和装备的聪明老人，凶猛的迷宫守卫者，总在英雄附近的麻烦制造者，时刻准备毁灭什么的阴险恶人，在路边的狡猾骗子等等。在描述这些典型人物类型的时候，Carl G. Jung 巧妙地引用了一个叫“Archetypes”(原型)的词。而“原型”这个概念，现在对于理解不同故事中各种角色的目的，和他们的功能，已经是一个不可缺少的工具了。如果你可以真正地掌握各种原型的功能作用，它绝对会帮助你来更好而且准确地确定每个角色在整个故事中设定的作用和他们的份量。

在使用“原型”概念的时候，请大家一定要注意一点：**通过“原型”来确定故事中角色的类型和功能，应该是灵活的角色功能，而不是死板的套用原型的某一类。**

我们可以把各种原型当作是不同的面具。这些面具被各种角色使用，当这个角色需要体现什么功能的时候就换上某种面具。这样塑造出来的角色才不是死板的，才是真正复杂的现实的角色。

这里是最基本最常用的几种人物原型：

1. 英雄(Hero)
2. 智者(Mentor)
3. 守卫者(Threshold Guardian)
4. 传令官(Herald)
5. 善变的人(Shapeshifter)
6. 阴暗面(Shadow)
7. 狡诈者(Trickster)


奥黛丽赫本就是电影中永远的公主。

当然还有很多很多可以当作原型的角色：童话故事中的狼、猎人、好妈妈、坏继母、善良仙女、邪恶女巫、英俊王子、美丽公主、贪吃的旅店老板等等等等。不过上面这 7 种是被总结出来的比较具有代表性的分类。

这里有两个问题，思考一下它们对于如何确定一个角色的原型有很大的帮助：

这个角色要展示哪些心理上的功能或者说哪一种的人物个性?

这个人物在整个故事里面要起到什么样的戏剧性的功能?

下面，我们将就这 7 种人物原型做一个详细的解说，记住看的同时想想上面的两个问题哦。

(编者注：为了帮助各位读者更好地理解作者讲述的内容，我们尽量通过电影《指环王》中的相似人物进行注解。作为典型的”英雄“题材影片，《指环王》中的各个角色设定非常符合这个理论。没看过的朋友可要快去欣赏啊！)

●英雄(Hero)

英雄这个词来自希腊语，意思是“去保护，去服务”。

英雄是一个肯为其他人牺牲的人物角色。英雄这种人物原型所展示的是自我，是人性中独立的与他人不同的部分。在每个故事中，英雄所要做的是能够超越自我。英雄之旅也可以被看作是英雄在心理上的寻找自我超越自我的旅程。

对于戏剧结构来说，英雄这个人物原型的作用是给了观众了解故事的窗口。观众通过英雄的眼睛来看这个世界，体会英雄的感受，并融入故事当中。他需要一些令人羡慕的能力，这样观众才会想代入他，在故事中成为他。尽管有着很多常人所不能的优秀能力，英雄毕竟还是人，所以不是只有一个特点的典型，而是综合了很多优点缺点。这些优缺点有时候甚至是矛盾的。不过越多矛盾冲突越好，才会构造出真正的人物。英雄是各种复杂人类特性的综合体。英雄需要学习和成长，这是他

的另一个重要的戏剧性功能。在有些剧本里，有时候很难说哪个角色是真正的主角。最好的回答可能是:那个在故事中学到最多，成长最快的家伙就是主角。英雄在超越障碍和完成目标的同时,也学到了新的知识。许多故事的主题就是学习——从智者那里，从恋人那里,甚至从敌人那里学习。

在整个故事里面还需要展示英雄做了什么，即英雄的动作。一般来说，英雄是整个故事里面最辛苦的人啦，所做的最多。而且不光辛苦,英雄还要做到牺牲。观众总是认为英雄是勇敢强壮的。其实对于牺牲来说,其它那些只不过第二位的，牺牲才是英雄的真正标志——牺牲意味着一种升华。英雄总要面对死亡或者类似死亡的危险，他要展示给观众他是如何对待死亡的:他可能会幸存，来证明死亡不可怕;或者他会死，不过会复生，证明死亡可以超越;或者他们为了理想家园而死,来说明他们生命的价值。



英雄的种类多种多样，不是只有强壮威猛的人才可以被赋予英雄的称号。真正的英雄是精神意义上的强者，甚至经常是些体格上的弱小者。在《指环王》中,全剧的核心英雄是天生矮小的霍布特人——FRODO。显然他就是弱小英雄的典型代表。

每种原型都是要有丰富的变化的。各种各样的英雄类型:情愿和不情愿的英雄，成群结伙和独来独往的英雄，另类英雄，悲剧英雄，辅助英雄等等。

情愿的英雄，是那种充满热情，活跃的，敢于探索，没有怀疑，永远走在最前面的热血英雄。不情愿的英雄总是被动，不情愿，充满了怀疑和犹豫，需要被激发甚至被踹进冒险之旅。

成群结伙的英雄和独来独往的英雄，是正好相反的类型。成群结伙的英雄经常是从团队中分离出来独自在荒蛮之地冒险，经历了很长时间的冒险，结识到了新的同伴组成了新的团队。而独来独往的英雄这是从荒蛮之地孤独的出来，来到繁华的都市，但是最后不适应，又回到原来的地方，继续他的孤独。这两种英雄在最后都面对类似的抉择:是回到原来的普通世界?还是呆在新的非常世界?有个有趣的现象:在西方的神话里面，很少有英雄选择待在非常世界而不回去的，而在很多东方神话里面，选择待在非常世界倒是很普遍。

另类英雄，又称**反英雄**(Anti-Heros)，是和正统英雄所不同的一个类型。可能以社会的观点来看,另类英雄是个混混、反叛者、犯法的人等等。他们所做的很多不被社会认同。他们有些正统英雄所具有的特点能力,但是他们还具有很多另类的性格,或者说是不被社会认同的阴暗面。可能他们对在故事的结尾取得胜利,得到观众的同情。我们喜欢这样的英雄因为他们是社会的叛逆者，讽刺戏弄这个社会，就像有时候我们也想做的。

悲剧英雄，也可以说是一种另类英雄。悲剧英雄也会具有很多令人羡慕的能力，但是他们始终没能克服超越自己心中的恶魔，最后被自己毁灭。悲剧英雄一般不会被人钦佩被人向往，但是观众还是会充满好奇的看着英雄一步一步的堕落。

辅助英雄也很特殊。一般英雄在这个英雄之旅中会自我成长，改变很多,但是催化剂英雄却不会。他们很少改变，但是他们会促使周围的人改变，促使他们成长。这种类型的英雄经常被利用在长篇连续剧中,尤其是各自成章节的电视剧。

●智者(Mentor)

智者这种人物原型是除英雄外最重要的人物。他帮助英雄，训练英雄，保护英雄，给英雄礼物，引导英雄开始英雄之旅。无论是在神话还是童谣里，智者这个角色总是象征着英雄的最高志向。智者经常是前一代幸存的英雄，现在他把他的智慧、经验和装备传给这一代的英雄。智者这种角色来源于父母。就像父母教会孩子知识,智者同样教导英雄。

在戏剧结构中智者的作用有很多。第一个就是教授。就像学习是英雄的一个重要部分，教授或者说是训练也是智者的一个重要功能。赐予重要的礼物也是智者的一个重要功能。不过直接由智者赐予礼物，不如让英雄从智者那里赢得礼物。英雄通过在智者这里的学习、训练、通过测试而得到的礼物更有价值。如果智者提供英雄的装备，智者一般情况会说明如何使用,就像007里面的武器专家Q。

智者的另一个重要功能是激发英雄的斗志。有时候礼物就可以完成这一功能;有时候面对不情愿的英雄，智者干脆就给英雄一脚把他踹进非常世界,强迫他开始英雄之旅。

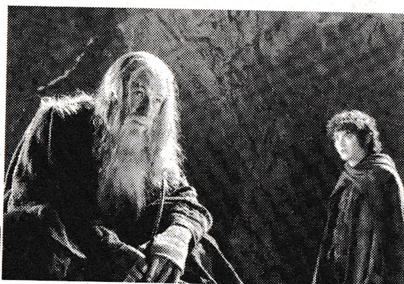
就像英雄一样,智者也有很多的类型,像什么**黑暗的智者、堕落的智者、持续的智者、多个智者同时并存**等等。

智者有时候在故事中会把英雄引导向错误的方向,引诱他们犯罪或者毁灭,这种智者就是**黑暗智者**。

在英雄的故事中,有些智者还在进行他们自己的英雄之旅,他们也经历过同样的困难和痛苦,但是他们堕落了。这些智者就是**堕落的智者**,虽然英雄仍然需要他们的帮助,可是他们是否可以胜任值得怀疑。

持续的智者比较常出现在电视连续剧中，他会经常的出现，给英雄以帮助和提示等等。英雄是可以同时被很多智者帮助的,不过这些智者要有明确的分工，负责不同方面的教学，提供不同的礼物，就像007当中的间谍头M和武器专家Q。在浪漫爱情戏当中,有一种特殊的智者,一般是英雄的朋友或者同事,与英雄同性别。他总是给英雄很多关于爱的建议,而这些建议总是把英雄带进倒霉中，不过到了最后，这些建议都是正确的。

还有一种存在于英雄内心而没有实体的智者,称之为**内在的智者**。这里的英雄是有经验的,很厉害的角色。他不需要什么智者或者教授。他有存在于自己内心的一种行为规范,也就是智者的另一种形式。



GANDALF 正是 FRODO 的指导者。

魔幻电影巨作《指环王》

●入口的守卫者(Threshold guardian)

所有英雄在他们的旅程上都会遇到阻碍。在每个入口的地方都有强有力的门卫,即入口的守卫者。他们在这里阻拦不够资格的人进入。他们总是显得一副凶神恶煞的样子来恐吓英雄。但是当他们理解了英雄或者被理解,英雄很容易克服他们,通过入口。有时候守卫者甚至会变成朋友、盟友等等。一般来说,入口的守卫者不是故事中主要的敌对力量,他们只是 boss 的走卒,也许只是暂时雇来守卫大门的,甚至是神秘的盟友来测验英雄的能力。

入口的守卫者可以显示为我们日常所见的普通障碍:坏天气,坏运气,某些人的偏见等等。也可以是英雄内心的一种障碍。当英雄每次想对事情有所改变的时候,一些内心障碍影响着英雄,不见得一定要阻止英雄,但是会来测试英雄是否真的做出了明确的决定。

在戏剧结构中,入口守卫者的主要功能就是测试。当英雄面对入口的守卫者的时候,他就要解决迷题或者通过测验。如何对付守卫者呢?有很多种手段:英雄可以转身就跑,或者面对面的战斗,或者招盟友来解决这个麻烦。最有效也是最常用的方法就是智取,即 get into the skin of the opponent(装扮成敌人的样子)。在《绿野仙踪》里,当 Dorothy 被女巫抓进城堡,稻草人、铁皮人和狮子并没有和人数远远超过他们的守卫正面冲突,而是假扮成守卫的样子混进城堡。聪明的英雄不光要通过有门卫的入口,还要从他们的身上学到东西。对于英雄来说,这也是一次锻炼。而且守卫者不是被打倒,而是被智取。所以,英雄应该会从守卫者身上学到他们的技巧,这种技巧可能是英雄所不了解的新力量。

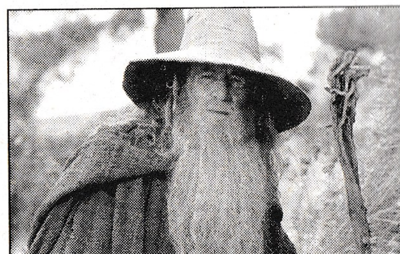


《指环王》中的兽人 URUK · HAI 就是扮演了守卫者的角色。

●传令官(Herald)

这个角色原型一般多在冒险中,召唤(Call to Adventure)这个阶段出现。传令官的出现,意味着英雄命运的改变即将开始。传令官为英雄带来了一个挑战的信息,他为英雄描述需要的冒险和提醒英雄注意将要到来的新讯息,英雄需要做出决定。

传令官可以起到激励英雄的功能,给英雄一个挑战,让冒险故事开始运转。这个角色可简可繁,可正可邪或者中立,可能是敌方势力的直接挑战,也可能是智者的另一个功能。传令官可以鼓励英雄接受这个挑战,也可以只是简单的把消息传送,甚至可能就是一个简短的电话。



《指环王》中,英雄 FRODO 的指导者 GANDALF,在首部曲中担当的角色职能包括了"传令官"的功能,正是他给 FRODO 平静的生活赋予坎坷的使命。

●善变的人(Shapeshifter)

用善变的人来形容这个角色不是非常的准。这个角色原型总是改变着他的外貌或者心理状态,英雄和观众都很难很准的确定他是什么样的人。他们可能会误导英雄或者总是让英雄猜不透搞不明白。一个盟友、朋友、有吸引力的异性在冒险中都可能成 Shapeshifter 类的角色。在神话故事中,各种男巫女巫还有善于变化的魔鬼都是传统类型 Shapeshifter。在爱情剧里,犹豫不决或者捉摸不定的美眉也是典型的 Shapeshifter。

Shapeshifte 在戏剧结构中带来了怀疑和悬念。这种角色的出现,往往会导致英雄问自己:他是否真的可靠?她是否会出卖我?她是不是真的爱上我了?他到底是敌人还是盟友?Shapershifter 可以说是最富于变化的人物原型种类了。最常见的是出现在爱情节中的男女关系上。有时候,英雄也不得不戴上面具,暂时的成为 Shapeshifter 来逃出陷阱或者骗过入口的守卫者。而敌方势力或者他们的盟友也会成为 Shapeshifter 来阻碍或者扰乱英雄。也可能 Shapershifter 附属在其他人物原型上,成为一种属性。



《指环王》中拥有人类皇室高贵血统,但始终被魔戒蛊惑的 BOROMIR,是带给英雄困惑和不安的摇摆者。

●阴暗面(Shadow)

也可以用邪恶势力这个词来说，总之是故事中的反面，体现了黑暗的一面,与英雄对立。可以是各种有形的怪兽，可以是任何我们不喜欢的事物，包括在英雄内心的阴暗面。一般来说有几种阴暗面的类型:真正的坏人,敌手或对手,敌人。真正的坏人和敌人往往是想毁灭击败英雄的，而对手并不一定是完全敌对的，他们也许是与英雄意见不同但有一样目的的盟友。

在戏剧结构上来讲，阴暗面给了英雄一个真正的挑战，一个真正水平相当的对手。Shadow 有实力将英雄置于危险的境地。来自阴暗面的挑战可以来自一个单独的角色，也可以来自任何一个戴上了 Shadow 面具的其他人物原型，可以是智者也可以是 Shapeshifter 等等。

塑造阴暗面，有个非常重要的问题,就是要人性化。阴暗面的角色不会也不可能是个完完全全的恶魔。如果让阴暗面的角色有些优点或者独特的技能，再给阴暗面的角色加上些弱点，会让角色丰富真实化的多。还有,重要的一点:大多数阴暗面的角色不认为自己是恶魔,一般会认为英雄是他们的敌人,在他们眼里英雄就是恶魔。还有一种特殊的恶魔,就是英雄自己内心的恶魔。在这种故事中,英雄实际上是在和自己的内心战斗。

●狡诈者(Trickster)

狡诈者这个人物原型，或者也可以称为调皮鬼。在故事中是个弱者,但是总是使用自己的坏点子小聪明和一些欺瞒的手段。在神话中总是以小矮人或者捣蛋鬼的形式出现。还有一种特殊的 Trickster,被称为狡诈的英雄,也经常出现在神话故事中。当英雄显得太严肃的时候，狡诈者就会出现来进行调剂。

狡诈者可以是英雄或者恶魔的仆人或者盟友,也可以是独立的角色。在很多故事中,狡诈者经常扮演催化剂的角色,影响着周围的角色们而自己却很少改变。狡诈的英雄这个特殊的英雄类型来自很多的童话故事,最有代表性的就是狡猾的兔子。在各国的童话中,弱小的兔子总是用它的狡猾来对付比它强大得多的猎人、狼或者老虎等等。

断章小结

虽然说我们所讲的这个“英雄之旅”理论是西方总结出来的，并且深远地影响着好莱坞的电影主流。但是这个理论中很多的内容也频繁地出现在很多非西方神话传说中，所以它同样适用于非西方，或者非好莱坞派的其它电影，而且这种影响也日益明显地在多种流派电影中体现着。可以说是世界通用的电影叙事工具哦。

时代

知道『勇者斗恶龙』究竟是谁做的吗？
知道『机器人大战』系列的工厂在哪吗？
『GT 赛车』系列不是 SCE 的作品？

需要一股有缓冲作用的中间力量

游戏开发承包公司的时代

游戏开发承包公司的时代

精英人士幕后的花絮秘密

现在就让我们把注意力都放在从幕后支撑业界根基的人们身上吧。

在洋洋大观的游戏世界中，普通的玩家更多关注的是五彩缤纷的游戏世界，以及大名鼎鼎的游戏制作公司和制作人。但对于一个庞大的产业来说，不是光靠几个上游公司就能支撑起来的，在许多公众瞩目层面的背后，还有许多分支。其中许多中小型的"游戏开发承包公司"就是其中的重要成分。在这回精心准备的特稿中，我们将在各位读者面前描绘出游戏业界中真实，而又鲜为人知的状态!!

游戏开发承包公司？新鲜感觉的家伙为何物？

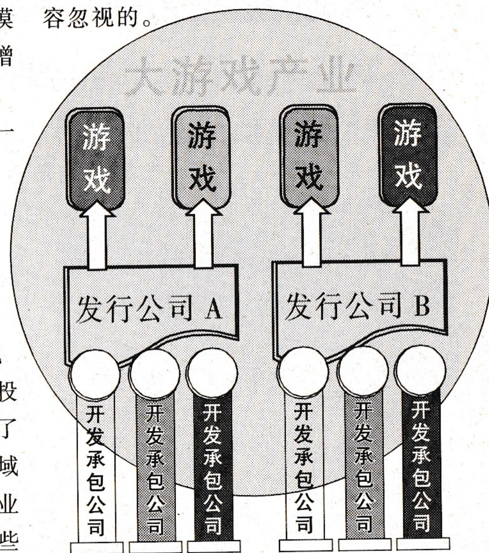
要想正视现在游戏产业的状况，就必须了解这种群体存在的意义。

对于业内人士而言，"游戏开发承包公司"并不是个新概念，早在FC时代，这个层面就已存在。从存在就是合理这个概念出发，游戏开发承包公司这个群体的诞生不但有其必然性，而且是游戏业向大产业化方向发展所必备的关键条件。何为游戏开发承包公司？其实这个概念外延很复杂，符合要求的公司种类、性质和规模都不一而足。单就内涵而言，可以简单概括说是一种"承接上级游戏发行制造商的委任，从事游戏全部或部分内容具体制作的企业"。由于游戏制作包涵面很广，所以属于这种概念的公司性质也丰富多彩，像在欧美的众多签约于大牌游戏发行商（像EA、微软）的游戏开发小组，在《游戏批评》总13辑中接受我们特派记者采访的"东星软件"公司也是典型代表。从公司经营的手段来看，游戏开发承包公司一般不具备自己的产品发行部门和渠道，换句话说，这类公司主要是辅助发行商或上级授权商完成一个产品的制作。游戏开发承包公司的重要性今后将会大为增加。

对不少游戏玩家来说，游戏开发承包公司很少引起大家的注意，但我们每周都可以看到大量游戏的推出，可是与这些公司的辛苦工作脱不了干系。特别是对一些以往公司本身没有设置自己开发团队的发行公司（只负责游戏销售业务的公司）而言，游戏开发承包公司是绝对不可或缺的存在。不过游戏开发承包公司的影响力绝不止步于此，对于那些拥有自己开发团队的制造商而言，由于游戏制作工程日益庞大复杂，所以对游戏开发承包公司的需求也越来越大。由此两点出发，我们大致可以了解这些支撑游戏业界的幕后功臣，能获得立足之地的原因了吧。游戏硬件能力提升的结果是玩家对游戏有更高质量和更富创新的要求，而玩家的享乐反应到制作者身上就应变为面对日趋庞大制作内容的苦恼。为了更充分发挥硬件效能，制作更精致的游戏产品，游戏开发规模逐渐扩大，"分工"种类也在加速增长。

回想数十年前的游戏公司中，一位游戏制作者能够包办从程序到音乐、美术等一系列工作的情景已经恍若隔世，但科技增长的力量最终还是要超越人类个体能力的极限，日新月异的技术进步，越来越大的媒介容量，使得游戏容量在急剧地膨胀之下，务必需要大量人力的投入。加上硬件规格越来越复杂，造成了想要精通每个领域其实等于每个领域都不精通的现象难于避免，所以专业化、细分化的要求也在日益明显。这些是业界对堪称"技术者集团"的游戏开发承包公司越来越倚重的根本原因。

此外，现在玩家对游戏类型喜爱日趋多样化的潮流，也使得"游戏开发承包公司"成为时代不可或缺的中流砥柱。现实中，一家发行制造商若想通吃多样化的游戏类型，是件即使理论上行得通，但在实际上却是很难做到，或者会花费大量成本才能完成的事情。可是，对于熟悉某个特定种类领域的游戏开发承包公司而言，他们手中有譬如把"ACT"细分为"格斗ACT"的经验和制作实力，对待这种情况，发行公司完全可以代理发行这种类型的游戏，而无须重新培养自己的专门队伍。而且对于有实践经验的受托公司而言，凭借对该类型充足的了解和详实的资料，开发出高品质作品不是一件难事。既然能够省下游戏开发初期的投资，自然就可以让成本大幅的降低，这一大优点也是不容忽视的。



继PlayStation 2和GAMECUBE之后，Xbox也粉墨登场登场。在新世代主机全员到齐之下，今后游戏的开发将会越来越热闹。随着游戏渐渐大量化的持续开发，这些开发承包公司的活跃机会也就相应会大幅增加，而其在业内的重要性也会上升。在此，我们决定把焦点放在平常不太曝光于舞台前的"水下精英"，具体解释一下"游戏开发承包公司"概念的内涵和外延。

业界现在需要开发承包公司存在的三大理由

◆ 可以减低成本的负担

开发游戏时必须的设备投资既然不需要，就能消灭制作费用。

◆ 可以对应所有的游戏类型

就算是新的类型，只需交给专业知识的开发公司就可以安心。

◆ 对于高技术力的信赖

伴随主机规格进化而来的开发困难，可以用高技术力弥补。

游戏开发承包公司是以什么样的形态存在着？

我们明白游戏开发承包公司对于游戏业界很重要了，但是他们的实际工作内容是什么？公司规模多大？接下来，我们将就一些具体问题给大家做些诠释。

Q 游戏开发承包公司到底在做些什么呢？

A 主要是接受其它公司（游戏发行公司）的委托，进行游戏开发全部或局部的具体工作。对于一些能力强，信誉好的公司，也有自行对外提出企划方案给上游公司，再由双方共同协商作品开发内容和制作方向的情况。

总体看来，主要工作就是接受发行公司的游戏委托开发工作。有些人或许会用"开发＝外包"的观点来认知，但具体的情况比较复杂，不能一概而论。一般来讲，"外包"的工作要求非常严格，承接外包的公司必须按照外包公司的要求一点不差地进行工作。应该说在众多的游戏开发承包公司中间，从事外包性质工作的为数不少，但对于一些拥有优异开发实绩的公司来说，上游公司会比较放心地尽量让他们自由发挥，只是做出一些大方面上的限制和规定，比如一些专有角色使用权的授予、游戏类型的指定和整个工程完成的时间等，对委托的具体制作内容不作太多干涉。当然，从工作的性质上看，在游戏开发承包公司的群体中，也有以专业负责程序开发、专业美术加工、专业音乐制作等单一职能的开发公司存在。



Q 公司设立的动机是？

A 最近也有因为开发部门分社化而变成开发公司的例子。

从公司成立的途径来看，有原来经营发行的游戏厂商逐渐转型成开发公司的例子，也有从大公司出来的游戏制作者或一个小组，成立自己公司的例子。总之设立的经过可说是各有不同。从走过的途径来看，有从街机或PC游戏制作厂商转为家用主机开发公司的例子。除此之外，还有一些公司是发行公司把本身的开发部门分化而产生的，最典型的例子就是世嘉分出的众多子公司。再者，设立时由游戏平台供应商与发行公司提供创设资金，与它们之间有着资金关系的游戏开发承包公司也不少（请参照次页）。

Q 与游戏发行公司间的签约方式是？

A 依据游戏成品销售数量来支付权利金还是根据制作著作权和约中约定的费用，全依发行公司的意愿。

在游戏开发承包公司与发行公司所交换的契约下，最大的重点在于费用方面。一般来说，支付的内容是将开发费用及报酬全部算在里面。不过像"销售达到50万套的纪录之后，每多销售一套就付给100日元"这种另外支付权利金的形式也相当多。此外，开发公司的名字要不要放在游戏里面，也是在契约中决定。为了强调是本公司所开发，因此不希望把开发公司名字放上去的情况在日本圈子中是非常常见的。当然，如果开发公司知名度非常高的话，有的上游公司反倒会积极表示出要打出受托方标志，以便依靠它的名气来积极推动软件销量。



习惯上说REZ是世嘉出品，但真正的著作权是属于世嘉分公司UGA的。

游戏开发承包公司主要分类总览

现在多数的游戏开发承包公司可以分为四个类型，我们在说明各自的特征时，也同时介绍他们的代表作品。看过了这个，你也能了解现在游戏业界的另一面罗!

如果将游戏开发承包公司作大致分类，可以分为下表中的四个类别。分类的指标为：

① **与游戏发行公司之间关系如何**

② **是否针对游戏类型进行特化**

我们主要是用这两个重点来作分析的基础。

在“与游戏发行公司的关系”这个可以说是由执掌开发公司命脉的要点上，我们看它究竟是和所有发行尚进行广泛接触，还是只与几家特定厂商维持长期合作的关系。有些公司由于投资或个人关系等原因，甚至是在成立伊始就已经决定与某些上游厂商建立固定关系了。

另一方面，在进行开发的游戏类型范围上面，“先将一个类型的游戏钻研到底”应该是最基本的要求。更进一步的说，只要这个游戏类型是世界共通的，那就更理想了。在制作费用暴涨的现状下，就游戏发行公司来说应该也已经考虑到不仅只有日本市场而已，做出能够在世界各地都畅销的软件才是更重要的。

游戏开发承包公司的四种类别

- 密切结合游戏平台供应商型
- 密切结合游戏发行商型
- 特殊型
- 全方位型

Q 公司的规模一般有多大?

A 从数名职员到拥有数百名职员的大公司皆有，甚至还有在股市上市的企业。

虽然通称是游戏开发承包公司，不过从成员仅十多人的小公司到拥有数百名的企业，其规模大小不可一概论之。特别是还有像TOSE(东星软件)这种以纯粹(没有以自社品牌发行过游戏)的开发厂商在东京证卷股市中上市的企业存在。可是，因为主机的进化导致开发规模的扩大，使得中小开发公司逐渐无法应付过来。就算现在很需要，如果不是人力资源充分，或是拥有突出的技术和擅长的领域，想要生存或许都是困难的事。

(株)TOSE 公司概要

设立：1979/日本总制作群数：380人/主要往来客户：ALTUS、CAPCOM、KONAMI、SEGA、SCE、NAMCO 等。

TYPE I 密切结合游戏平台供应商型

对于构筑主机制造商的形象是不可或缺的

与游戏平台供应商拥有密切关系的游戏开发承包公司，和一般通称“第二软件开发厂商”的游戏制造商几乎可说是同义词。对于游戏平台供应商，最大的课题在于能够让主机占有率提升到什么程度，为此去确保能够成为所谓“杀手级游戏”的数量就成了重要问题。像是开发GT 系列的Polyphony Digital，以及“口袋妖怪”的GAME FREAK等，对于游戏平台供应商而言是多么重要的存在，只要看他们开发的游戏就能够理解了。



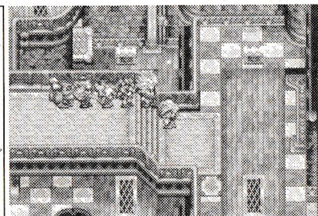
大众高尔夫3

开发公司 ClapHanz

发行公司:SCE

发售日期:2001 年

“大众高尔夫”系列最新作品，对于获得游戏玩家有很大的贡献。



魔法假期

开发公司 Brownie Brown

发行公司:任天堂

发售日期:2001 年

该公司着手制作的第一款，并且是在GBA 上推出的第一款维美型 RPG，发售后备受玩家好评。

知道这些著名游戏的真正制作者是哪些厂商吗?

众所皆知的超人气游戏，其实也意外的有不少是一些开发承包公司操刀的。在此就从这些作品中，挑出一些代表例子介绍一下。大家快来检查看看，说不定会有意外的发现喔。



勇者斗恶龙怪兽篇2

开发公司 TOSE

发行公司:ENIX

游戏平台:GB(2001 年)



枪之危机

开发公司 大宫SOFT

发行公司:SQUARE

游戏平台:SFC(1996 年)

开发公司 CAMELOT

发行公司:SCE

游戏平台:PS(1997 年)



大众高尔夫

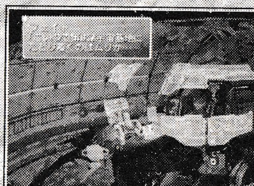
SCE系TYPE Ⅰ类型厂商

开发公司	代表作品	发售年份	发行公司	类型	平台
ClapHanz	大众的高尔夫2	1999	SCE	SPG	PS
	大众的高尔夫3	2001	SCE	SPG	PS2
PSYGNOSIS	DESTRUCTION DERBY2	1997	SCE	RCG	PS
	FORMULA1'97	1998	SCE	RCG	PS
	Wipeout	1996	SCE	RCG	PS
DEEP SPACE	战栗终结者	2001	SCE	ACT	PS2
七音社	啪啦啪啦啪~拉蜜乐队	1999	SCE	RAG	PS
	啪啦啪啦啪2	2001	SCE	RAG	PS2
Naughty Dog	敢惑狼大冒险	1996	SCE	ACT	PS
	旧世界的遗产	2001	SCE	ACT	PS2
	宝贝龙	1999	SCE	ACT	PS
PRODUCTIONI.G	拥抱季节	1998	SCE	AVG	PS
	BLOOD THE LAST VAMPIRE	2000	SCE	AVG	PS2
	雪割花	1998	SCE	AVG	PS
Polyphony Digital	GT赛车	1997	SCE	RCG	PS
	GT赛车3	2001	SCE	RCG	PS2
	GT赛车Concept2001 TOKYO	2002	SCE	RCG	PS2
Bomber eXpress	随身玩伴i-mode版	2001	SCE	ETC	PS
	随身玩伴童年版	2000	SCE	ETC	PS
	随身玩伴	1999	SCE	ETC	PS

TYPE Ⅱ 密切结合游戏发行公司型

与特定的游戏发行公司保持密切关系

第二种类型就是与某些特定游戏发行公司关系密切的开发承包公司。像是开发《银河游侠》和《女神镇魂录》的Tri Ace,就对发行公司的ENIX形象提升作出过非常大的贡献。在下页的表格中可以看到，除去Tri Ace、MONOLITH SOFT与Mobile21之外，都是原先SEGA开发部门分社后成立的子公司。属于这类别的开发公司，几乎都是从公司创始的历程起，就和特定游戏发行公司有着密切的关系(MONOLITH SOFT更是由NAMCO出资90%)。在与发行公司合作关系上，同TYPE Ⅰ型厂商密切结合游戏平台商的关系很类似。



星之海洋3
发行公司
ENIX

ENIX的招牌RPG其实也是包别人的工作啊!!

开发公司 Tri Ace

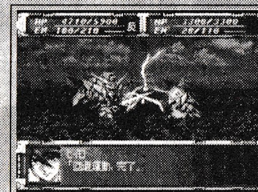
任天堂系TYPE Ⅰ类型厂商

开发公司	代表作品	发售年份	发行公司	类型	平台
INTELLIGENT SYSTEMS	卡片英雄	2000	任天堂	TBG	GB
	机智大问答	1995	任天堂	PZG	SFC
	火焰纹章－纹章之谜	1994	任天堂	S·RPG	SFC
ND CUBE	F-ZERO GBA	2001	任天堂	RCG	GBA
	役满GBA	2001	任天堂	TBG	GBA
CAMELOT	黄金的太阳	2001	任天堂	RPG	GBA
	马里奥高尔夫64	1999	任天堂	SPG	N64
	马里奥网球64	2000	任天堂	SPG	N64
QUEST	皇家骑士团64	1999	任天堂	SLG	N64
	皇家骑士2外传	2001	任天堂	SLG	GBA
GAME FREAK	口袋妖怪红、绿版	1996	任天堂	RPG	GB
	口袋妖怪金、银版	1999	任天堂	RPG	GB
	耀奇的蛋	1991	任天堂	PZG	FC/GB
HAL研究所	明星大乱斗DX	2001	任天堂	ACT	GC
	口袋妖怪SNAP	1999	任天堂	ETC	N64
	星之卡比64	2000	任天堂	ACT	N64
Brownie Brown	魔法假期	2001	任天堂	RPG	GBA
Rare	星际火狐之恐龙星球	2002	任天堂	A·AVG	GC
	大金刚64	1999	任天堂	ACT	N64
	Perfect Dark	2000	任天堂	ACT	N64

TYPE Ⅲ 特殊类型的开发承包公司

往特定游戏类型或方向性特化的游戏开发承包公司

第三种类型，则是有强烈个性的游戏开发承包公司。无论是创造"超级机器人大战"系列的WINKY SFT,还是充满原创作性世界观的Alpha System,可以看见它们各自拥有属于自己的独特风格。换言之，他们就是在各自领域的"顶尖高手"。就发行公司而言，若有款可活用各开发公司特征的游戏，就可安心放手让他们开发的利点，以"那个XXX是担任游戏的开发"作为宣传的例子也不少。所以在不太走到舞台前的开发公司中较为玩家熟知的公司群。



超级机器人大战F完结篇

该公司可是一贯制作机器人的SLG游戏啊，各位有想到过吗?

开发公司 WINKY SOFT

TYPE Ⅱ类 密切结合游戏发行公司型

开发公司	代表作品	发售年份	发行公司	平台	类型
Amusement vision	超级猴子球	2001	SEGA	GC	ACT
	VR 足球 3 Ver.2002	2002	SEGA	GC	SPG
WAVE MASTER	SWITCH	2002	SEGA	PS2	ETC
	203 室的房神	2000	SEGA	DC	SLG
OVERWORKS	永恒的阿卡迪亚	2000	SEGA	DC	RPG
	樱大战	1996	SEGA	DC	SLG
Smilebit	模拟足球	1996	SEGA	SS	SLG
	街头涂鸦	2001	SEGA	DC	ACT
SEGA－AM2	莎木Ⅱ	2001	SEGA	DC	ECT
	VR 战士 4	2002	SEGA	PS2	FTG
Segarosso	COSMIC SMASH	2001	SEGA	DC	ACT
	SEGA 越野房车赛	1995	SEGA	SS	RCG
SONICTEAM	索尼克大冒险	1998	SEGA	DC	AVG
	梦幻之星网络版	2000	SEGA	DC	RPG
Tri Ace	女神镇魂录	1999	ENIX	PS	RPG
	星之海洋	1997	ENIX	SFC	RPG
Hitmaker	德比赛马	1999	SEGA	AC	SLG
	电脑战机 Virtual ON！	1996	SEGA	SS	FTG
MONOLITH SOFT	异域传说首部曲 权力的意志	2002	NAMCO	PS2	RPG
Mobile 21	宇宙巡航舰世纪	2002	KONAMI	GBA	STG
United Game Artists	太空频道 5	1999	SEGA	DC	RAG
	Rez	2001	SEGA	PS2/DC	STG
WOW ENTERTAINMENT	死亡之屋 2	1999	SEGA	DC	STG



原本是世嘉公司一个开发小组的AM2，在世嘉分社化之后，已经成为了单独运营核算的子公司。虽然AM2的标志没有进行更换，但还是在局部进行了修改。看了新标志就明白，在AM2下加注了公司标志。而在产品提供上，在游戏包装封面也加上了AM2公司的标志，



和世嘉的标志平起平坐。世嘉还是AM2的母公司，负责发行AM2制作的游戏。不过到底做什么，为谁做，AM2的自主权可是比以前大多了！

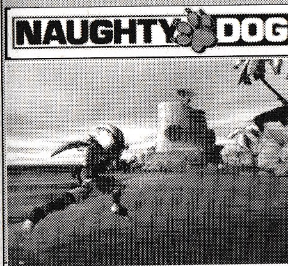
TYPE Ⅲ类 特殊类型的开发承包公司

开发公司	代表作品	发售年份	发行公司	类型	平台
AKI	WWF 摔跤狂 2000	2000	Asmik A	SPG	N64
	VR 摔跤	1996	Asmik A	SPG	PS
Alpha System	式神之城	2002	MEDIAQUEST	STG	Xbox
	高机动幻想	2000	SCE	SLG	PS
Anchor	UFC 摔跤	2001	CAPCOM	FTG	DC
	Fighting Cup	1998	Imagineer	ACT	N64
WINKY SOFT	超级机器人大战F完结篇	1998	BANPRESTO	S·RPG	SS
	第四次超级机器人大战	1995	BANPRESTO	S·RPG	SFC
大宫 SOFT	战斗纸牌 2	2001	MEDIA FACTORY	TAB	DC
	枪之危机	1996	FACTORY	RPG	SFC
NEW	第一神拳 THE FIGHTING!	1997	SQUARE	SLG	PS
	第一神拳 光荣拳击手	2000	讲谈社	SPG	PS2
Parity Bit	德比赛马	1997	ESP/讲谈社	SLG	PS
HEARTBEAT	勇者斗恶龙Ⅶ	2000	ASC Ⅱ	RPG	PS
MuuMuu	宇宙农家	1998	ENIX	SLG	PS
	森川君 2 号	1997	ENIX	ETC	PS
LightWeight	剑豪	2000	SCE	FTG	PS2
	武士道	1997	元气	FTG	PS

欧美的开发公司也要注意

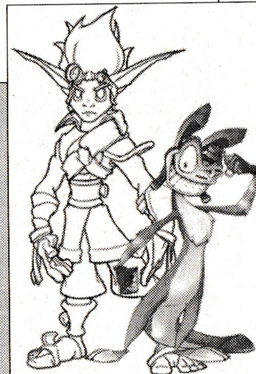
与游戏平台供应商关系密切的开发公司，当然也存在于欧美。举例来说，SCE 系的 Naughty Dog，任天堂系的 Rare，都是些很具代表性的厂商。在游戏市场成长为世界规模的今天，日本厂商自然不能忽视海外的开发公司。从现在开始，日本软硬件商能否与海外厂商建立强固的关系，将会成为越来越重要的一大课题。

旧世界的遗产



■ 开发公司 Naughty Dog

去年底到今年初 SCE 一直大力推荐的 PS2 游戏。系统和人物造型都酷似 PS 名作“玻惑狼”系列，所以受到的欢迎程度也不在话下！而本作在创造人物时，更是融合了东西方的审美观念。



TYPE Ⅳ 全方位发展的开发承包公司

无论什么主机，也不管什么类型的游戏，都会制作

属于此类型的游戏开发承包公司是不局限于特定主机平台（发行公司）或是游戏类型的企业，是不论什么都着手的，全方位的开发公司群。从整体比例来看，属于这类型的游戏开发承包公司数目最多。所开发的游戏中，应该不少是会让玩家惊叹“原来那个游戏是这家公司制作的啊！”

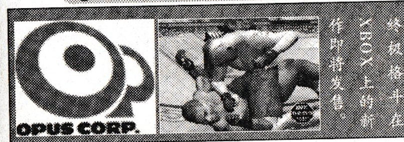
开发公司	代表作品	发售年份	发行公司	类型	平台
ARTOON	皮诺比大冒险	2001	HUDSON	ACT	GBA
ACQUIRE	侍~SAMURAI	2002	SPIKE	A·AVG	PS2
	天诛	1998	SME	ACT	PS
ARIKA	永恒之蓝	2001	CAPCOM	AVG	PS2
	街头霸王 EX3	2000	CAPCOM	FTG	PS2
ARK SYSTEM WORKS	罪恶工具 X	2000	SAMMY	FTG	DC
EIGHTING	苍穹红莲队	1997	EAV	STG	SS
	血腥咆哮	1997	HUDSON	FTG	PS
OPUS	精灵之歌	2000	ENIX	ETC	PS
KAZe	假面骑士	1998	BANDAI	FTG	PS
CLIMAX	秘境魔宝	1995	TAITO	A·RPG	SFC
cave	最速传说	1997	ALTUS	RCG	PS
	少年滑板王	2001	KOEI	ACT	PS2
GAMESTUDIO	中国功夫	1989	NAMCO	ACT	FC
SACNOTH	修道院之谜	1999	SNK	RPG	PS
	暗影之心	2001	ARUZE	PRG	PS2
Jupiter	口袋妖怪弹珠台	1999	任天堂	TBG	GB
STING	寻宝猎人 G	1996	SQUARE	RPG	SFC
	巴洛克	1998	STING	RPG	SS
Treasure	银河飞将	2000	GAME ARTS	STG	PS2
	小琳达打鬼记	2001	角川书店	ACT	PS2
TOSE	勇者斗恶龙 怪兽仙境 2	2001	ENIX	RPG	GB
PandoraBox	光辉骑士	1999	PandoraBox	RPG	PS
	十勇士阴谋篇	1997	SCE	RPG	PS
Media.Vision	鼠国争雄	2002	Microsoft	AVG	Xbox
	狂野历险 2	1999	SCE	RPG	PS
YUKE'S	激斗摔跤	2000	YUKE'S	ACT	PS
	新日本摔跤 斗魂烈传	1995	TOMY	ACT	PS

戏说游戏开发厂商的“开发”工作

在此我们实际请教游戏开发者关于此类经营和工作的事情。来听听他们自己对如何提升本身技术实力，以及如何与发行公司之间搞好关系的见解吧。

从音乐制作到正统 SPG，几乎都一手包办

●OPUS 公司董事长兼社长铃木隆志访谈



——从以往着手开发的作品来看，贵公司熟悉的类型范畴十分丰富啊。

铃木先生（以下省略敬称）：这绝不是我们故意想要发展的目标。感觉上就是当完成委托的工作之后，结果就变成这个样子了（笑）。

——许多游戏开发承包公司都是倾向于在某一个领域发展，这有利于公司专长的发展。所以对 OPUS 公司来说，对许多类型领域都有所涉及并且要保证一定的水平会很难坚持吧？

铃木：确实许多厂商只专注某一个领域。正如你所说，像我们这样不去专门强化特定游戏领域的公司，容易给外人扎根不深的感觉。不过对我来说，只要喜欢，就会自然而然地坚持下去。

——话虽如此，但不断挑战新的游戏类型不是很困难吗？

铃木：确实如此，但通过向新事物的挑战却能帮助我们不断完善自己的开发工具。我们公司现在正在开发及销售的名叫“GZR”软件，就是我们自己研究开发出来的开发工具。

——据说您从 SFC 时代就已经在进行着工具开发方面的工作，现在也有从事这方面的开发吗？

铃木：是的，在 PS 时代就是这样。只要通过硬件商提供的开发系统，即使一些小型公司也能比较容易地在游戏中实现自己一些有趣的想法。我们一直都想帮助一些这样的小型公司，而帮助这些小公司的结果也会使业界呈现百花齐放的状态。

——有没有和其它开发公司一起共过事呢？

铃木：有的，因为我们所采取的做法相当有弹性，甚至经常只接受一个软件的部分开发内容。

——那贵公司和发行公司之间的关系如何呢？

铃木：没有所谓的资金资助往来关系，所以我们能够比较自主地从事自己的工作。

——OPUS 公司认为游戏开发承包公司的理想模样是什么呢？

铃木：贯彻娱乐路线，并持续提供让“制作者”和“玩家”都能觉得很新鲜的作品，特别是保持公司旺盛的开发力，这就是我们的理想。

曾经接手过街机游戏开发的承包公司YUKE'S

Yuke's公司董事长兼社长谷口行规访谈



——在所有的游戏开发承包公司之中，拥有高度技术的YUKE'S，是如何去提高公司本身技术力的研究呢？而在配合进行实际游戏制作的过程时，又是怎样一个情形呢？

谷口先生（以下省略敬称）：这是个基本的工作。举个例子来说，当游戏要转向PS2的时候，我将所有社员召集起来，把提高表现力所需要的东西整理出来，之后再花费半年的时间，全力制作一个基础引擎，并将之投入到实际制作中检验，这就是我们的做法。

——不是为了制作特定游戏，而是打一开始就在研究开发用的引擎吗？

谷口：是的。不过当初也想过今后走游戏制作的路，所以先将其中最重要的部分提前进行了研究，这样才会给以后做多种选择提供足够的方便。

———不管怎么说，在转向新主机的时候，对于开发者的负担应该很大吧。

谷口：话是没错，不过新主机登场的时候，对每个公司而言也都是可以迎接挑战的好机会。新主机刚发售时的游戏不多，所以游戏在销售上比较有保障，而发行公司方面也会因此比较愿意拿钱出来。



谷口行规

Yuke's 董事长兼社长

——跟大家谈一下今后的发展。

谷口：自家的招牌游戏"激斗摔跤"今后将持续发扬光大，希望WWF（美国极受欢迎的摔跤团体，"激斗摔跤"就是以该团体为题材）能被更多人接受。另外，我们之所以会赞助无线电视领域，也就是为了推广WWF的影响力。在这个系列作品的销售方面，主要还是以欧美市场为主，毕竟在那里WWF既有的影响力比较深厚，游戏的预期销量会比较好，风险相对就少很多。反过来看，海外也有许多优秀的游戏开发者，只要他们加一点日式的调味料进去，我觉得他们制作的游戏就可以在较低风险的状况下，在日本做出漂亮的成绩。我们想与其它游戏开发承包公司合作，自海外引进作品，进行国际性的发展。不过我还是觉得日本市场的现状不是很好，只有大型发行公司的系列作品能够畅销，其它的就卖不了多少钱。要让有趣的作品能好好的卖出去，应该要怎么做？我想好好考虑一下。例如说在选择哪一家发行公司方面，由于每个发行公司都有自己擅长和缺乏了解的领域，不同的作品要和最适当的发行公司合作，诸如此类。

——关于游戏开发承包公司YUKE'S的定位上，是否有着所谓的理想值呢？

谷口：我想，今后重要的关键字眼，就是"效率化"。不仅是要让成本降低，更要做到在品质上下下滑的情况下达成成本消减。"制作好游戏"与"降低成本"之间，乍看之下以为是背道而驰的两件事，然而如果作出了优良的工具，使得能够比以往更容易作出自己所要的东西时，这就能够与品质提升相结合，也能和降低成本组合在一起。等到游戏上柜之后，公司在资金周转上就比较从容了，想要多注入些心力在"效率化"提升的研究课题上，如此一来，我认为就能更接近理想中的游戏开发承包公司吧。反之，无法提高效率的开发公司，今后的路会更难走。

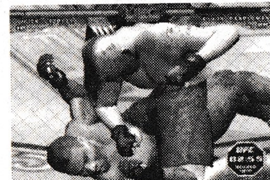
附录：ABOUT OPUS公司&Yuke's公司

About Opus

OPUS公司于1990年设立，设立之初由于实力不足，只是在SFC及MD上面进行音乐方面的制作工作而已。其中参与了MASIYA著名作品"重装机兵"SFC版的音乐制作。但随着公司制作实力的不断增强，尤其是对主机开发工具钻研的不断深入，公司逐渐脱离了原本音乐制作的框架，开始自己的游戏开发，并且不断向其它公司提供制作工具。现在的社员总数为30名，年销售额为3亿日元。本社知名作品系列有"UFC摔跤"，目前正在加紧制作XBOX版。而PS2游戏《Wave rally》也是广受好评。



有关Wave rally，请看本期评论



宛如真人的魔盒版UFC

About Yuke's

Yuke's公司于1993年设立。看家之宝是备受喜欢摔跤类作品玩家推崇的"斗魂烈传"系列，自从其推出以来，就一直热度不减。2001年年底，Yuke's已经在日本那斯达克股市上市了，希望以此为契机来谋图将来更大的发展。目前公司共有社员78名，年营业额约为10亿8100万日元。最新发售的作品是和EIDO合作，并由代理发行的《EOE—崩坏的前夜》，而以本公司名义开发销售的第一款作品是1999年发售的PS游戏《封神领域》。



《封神领域》



"斗魂列传"新作将于9月面市



EOE是看上去比较华丽的类型

本期题目

论动漫画和电子游戏翻译的职业化

W／邹宁

感味酸甜苦辣　尝品百感交集　倾吐满腹『游』水

恶趣味

引进动、漫画作品以及电子游戏时，制作质量的好坏很大程度取决于翻译质量的优劣。因此，我想对漫画翻译人员的要求和小组协作翻译谈一下自己的看法。

术业有专攻

做动漫游戏翻译的素质要求

首先，我想声明一点，那就是术业有专攻。同样是翻译，有的人擅长口译，有的人擅长笔译；有人擅长翻译小说，也有人擅长翻译科技文献等等。同样，翻译动漫画和电子游戏，也需要专业的人才。一个合格的动漫、游戏翻译，需要具备以下几点素质：

Ⅰ　扎实的日文功底，这是最基础的能力。

Ⅱ　流畅的文笔。

Ⅲ　对动漫画以及游戏的理解力和热情。

这一点极为重要，甚至在某些场合，它能够弥补日文能力的不足。动漫画、游戏的翻译，是建立在对作品的理解之上的。翻译不能仅仅是停留在对日文原义进行解释这一层次上，而应该在理解原作的基础之上进行再创作。动漫画、游戏作品中，对话占据很大部分，如果不理清人物之间的关系和故事发展的线索及其背景，即使日文再好，也很可能会翻译得文不对题，让人不知所云。而一个善于理解作品的翻译人员，通过对作品的反复揣摩，能够很好地把握人物的性格和特点，让作品中的人物在适当的时候说出得体的言辞。对作品的热情，更会为译者提供精益求精的动力。试想那些危急关头令人热血沸腾的豪言壮语，两情相悦时柔情似水的甜言蜜语，会给原作增添多少风采。

Ⅳ　丰富的知识。动漫画、电子游戏中的故事包罗万象，科幻、神魔、历史、艺术等等题材不一而足，没有丰富的知识和善于学习的能力外加一点想象力，要应付翻译中的固有名词，你会感到十分吃力。

力量分散单薄

翻译合作模式现状的分析



影印港台翻译漫画的做法，在国内一直都没有灭绝过，虽然其中不乏优秀的作品，但这种既违法又缺乏创造的事情还是杜绝为妙。

在时间就是金钱的现代商业社会，单枪匹马地从事翻译工作带来的后果就是效率低下。假设一个人翻译一本漫画需要2、3天时间，那么翻译一套2、30本的漫画，至少也要2个月左右的时间，而大量引进作品时这个瓶颈会严重制约业务的进展。当然，我们还有备用的方案，那就是将一部作品分散给多个翻译人员，实现同时作业，或是直接将港台翻译过（包括大陆地区的盗版）的作品译文拿来，进行文字加工处理后全盘照抄。这两个方案虽然能够大大提高速度，但是其缺点也是显而易见的。

分散作业方式经历了如下两个发展阶段。首先是最原始的方式，分散作业时往往将作品委托数名在校大学生翻译，由于时间相对而言比较紧张，因此分散程度也相当高。这种方式最致命的弱点就是翻译人员水平参差不齐，翻译人员之间信息无法沟通，导致译文前后不一致，译名更是千奇百怪，翻译质量最低。

为了克服这个缺点，有人想出了第二种方式，那就是委托比较有经验的翻译人员担纲，由他统一作品中的人名、固有名词以及整部作品的译文，并且负责分配翻译作品，与其他底层翻译人员沟通信息。这个方式在一定程度上提高了翻译的质量，但是由于担纲翻译者工作量太大，有时替别人修改译文甚至不亚于将原文重新翻译一次，因此他们往往采用折衷的方式，为底层翻译者提供统一的译名，故事背景，以及基本的翻译原则，至于翻译质量则由底层翻译者自行掌握。与前一种方式相比，这种翻译方式得到的译文较好。但最大的不足在于底层翻译者可选的范围很小，往往是担纲翻译者的同学好友，水平依然参差不齐，译文很难实现质的飞跃。

将港台版漫画以及盗版漫画译文直接拿来，这不失为一个有效的捷径。其方式也有两种，第一种是全盘拿来，完全照抄，因此译文质量取决于抄袭的版本。我们知道港台的语言习惯与大陆有很多不同，因此他们翻译的文字可读性不是太强。此外，港台的出版社在翻译水平上也并非人们想象中那么出色，很多翻译作品水准都让人大跌眼镜。当然，在动画作

品和汉化的电脑游戏中，我们也可以接触到很多港台翻译的作品，其中不乏上乘之作，但是总体水平属于中等偏下。在大陆的盗版漫画之中，质量较好的作品也不是很多，只有当初海南摄影美术出版社、希望书店出版的系列作品才能登上大雅之堂。

第二种方式则是对原来的译文进行文字加工后出版。这种方式做出来的稿件质比较容易量优于前者。具体操作起来又可分为两种：一种是脱离日文原文，请文笔好的枪手对译文进行润色，这种方式工作量较小，适用于翻译质量较好的港台译本；第二种则是用来对付质量下乘的港台版本和大陆盗版漫画，由于原始版本粗制滥造，很多语句甚至是驴唇不对马嘴，让人摸不着头脑，必须对照日文原文进行修改，工作量相当大，有时甚至必须重新翻译。

融合既有模式

游戏和动漫翻译职业化的构想

我们知道，动漫画与电子游戏是三位一体的互动产业，三者之间有着千丝万缕的联系，因此动漫画和电子游戏翻译也有着许多共同之处。在我的构想中，我们应该建立一个职业化、专业化的动漫画、电子游戏翻译体制。下面是这个体制的构建原则和基本思路：

1、翻译原则：公认性、标准性、艺术性、精确性

具体解释	
	① **公认性**：在作品翻译中，优先考虑人们广泛接受的固有名词，做到权威性。
	② **标准性**：相关动漫画、电子游戏作品之间统一译名，建立统一的标准。
	③ **艺术性**：始终把翻译工作作为艺术创作来对待，实现真正的中文化、本地化。
	④ **精确性**：这是一个最基本的翻译原则。

2、翻译体制：译制人员、协作分工与统筹、数据库

① 译制人员：在前文中的翻译素质之外加上责任心。

具体到每个部分来说就是：**低级译制人员**要有独立完成作品翻译的能力；**中级译制人员**要有指挥翻译小组成员协同工作的能力；**高级译制人员**要有负责大型项目统筹翻译、美工、照排、乃至配音、剪辑各个工作组运作的能力。

② 协作分工：这是最关键的一点，我在前文提过，单枪匹马作战是无法适应高速化、信息化的现代商业社会的。要想高质量、高效率地创造作品，只有依靠集体作战，协作分工。分工包括职能的分工和内容的分工。

职能分工：小组的负责人和成员各司其职。负责人统一译名、文风，协调成员间工作进度；成员负责具体翻译工作。成员之间保持频繁的意见交流。一个小组是一个整体，步调一致，这才能保证作品的一致和完整。

内容分工：每个译制人员都有自己擅长和感兴趣的题材，例如少年漫画、少女漫画最好分别由男女翻译者负责。协作是指信息共享、协同作战。同一部漫画，有可能会改编成各种版本的动画、游戏，反之亦然。小组成员之间，不同小组之间，应随时保持交流，保证相关作品的一致性。同样，在完成大型项目时，各成员之间，各小组之间的互相配合也必不可少。

③ 译名、固有名词数据库：要实现公认性、标准性的翻译原则，资料的积累不可或缺。毕竟盗版市场的动、漫画作品为数众多，其影响不可小视。对于很多读者、观众来说，港台版、盗版作品中的译名以及许多固有名词已经先入为主了。我们应该吸取其中的精华，摒弃糟粕，建立自有标准。同时，不要忘记与国内影响力较大的游戏、动漫杂志保持密切交流，尽可能与他们就各种译名达成一致，实现翻译的标准化。如果在这个领域掌握主动权，那就能在动漫画、电子游戏的翻译、汉化和出版界建立主导地位。为此，我们必须建立自己的数据库，实现资料的积累和共享。这个工作不是短时间能够完成的，但是它对作品的翻译和汉化意义极为重大。

以上是我对动漫画、电子游戏翻译的一点粗浅的认识。其中有些设想是建立在大规模翻译工程前提之上的，对于一些小型的项目，4—5 人的专业翻译小组就可胜任。除此之外，我更关心的还是专业动漫、游戏翻译人员的培养。我认为，要大规模、长期的引进日本动漫画、电子游戏作品，需要一个稳固的专业翻译小组或公司，其成员至少要达到前文中低级译制人员的标准，但是目前国内在这方面的人才并不多见，因此急需培养，为今后打下基础。

笔者简历……

1987 年——1993 年，就读南京外国语学校
1993 年——1997 年，就读北京语言文化大学
1997 年——2000 年，就职于中国人民对外友好协会日本部
2000 年——2001 年，赴早稻田进修

以下是笔者部分翻译作品和翻译比率

《绿发少年》100%、《篮球飞人》80%、《圣子到》80%、《龙珠》5%、《乱马 1/2》5%、《DNA》30%、《3×3 只眼》10%、《乔乔》10%、《机器猫》5%、《尼罗河女儿》卷 1、《天是红河岸》20%、《吸血游戏》25%、《众神转生》80%、《天马情缘》40%、《X 战记》25%、《末日世界》100%……

以上数据仅供参考

游戏批评经典TOP10

嘿！你说你是老大？哈！做的就是让老大栽下马！！

三条评判经典的标准
看它是否有足够的暴力程度
街头暴力也要有的个性程度
要说真假与否看看真实程度

十大街头暴力

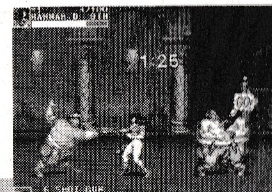
游戏在并不漫长的进化之路上，从单纯的动作类游戏中已经划分出了许多种类，或许"街头暴力"这个区分标志还未从词典或技术上进行过定义，但对于内火中烧的人来说，符合这个划分标准的作品，往往能帮你把潜意识中隐蔽的邪念释放出来。这个过程非常自然，就像去了趟茅厕，腹内肮物喷薄一出，精神也为之一爽。



Cadillacs & Dinosaurs(恐龙岛)

说出"恐龙骑士"或者"恐龙岛"，对于20岁左右的街机玩家来说，是最熟悉不过的。低调的说，"恐龙骑士"不是个有创意的作品，为了在人物设定上找齐平衡，套用"硬派男、大壮汉、黑人和女人"的传统模式，分明就是个骑墙头的中庸之举。尽管故事的背景将玩家置身于"侏罗纪公园"，迤逦的热带风光、喧哗的城镇，尤其是可爱又可恶的古代生物，使得不少人眼前一亮。不过骑士们的对手还都是人，否则4具血肉之躯，真要和庞大的恐龙一较高低的话，实在牵强。

当年，这款作品之所以能活跃在国内大小机厅，关键还是她在处理动作游戏的节奏上表现不俗，否则在那个还讲究游戏本身性格的时代，仅凭几只恐龙就想博得人们的喜爱，简直等于自杀。但经过历史洗练之后，确实证明，"恐龙骑士"是值得玩家不断推敲的上乘之作。



■机种:AC(街机)
■厂商:CAPCOM
■类型:ACT
■发售:1993.2.1
■类似软件:《名将》

暴力程度:5
个性程度:3
真实程度:2

综合评价:3.33

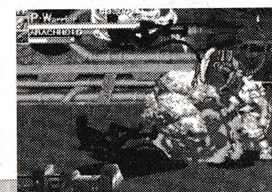
NO.10

Alien VS. Predator

美国西海岸著名城市加利福尼亚……

大破坏的苍凉，口溢酸水的异形，最重要的是四个角色中，竟然只有两个幸存的人类……

或许这款火爆的游戏已经超出了"街头暴力"的范畴，好在游戏中许多场景都是城市街道。尽管人选有些牵强，但本作超级紧张火爆，尤其是像洪水一样涌现的怪物，让玩者感到窒息。多到快爆满屏幕的异形怪物，几乎使人找不到通关捷径的压迫感，使得本作成为CPS2上难得的爽快经典。当然清版类动作游戏的关键还要看操作手感，这对于"武行"出身的CAPCOM来说自然是家常便饭，四个个性迥异能力不同的角色都有独特的使用技巧，攻击方式多，招式华丽，配上不计其数的敌人，很自然地造就了"扎到异型堆里就等于炮制爽快"的感觉。正是出于本作难得的火爆感和爽快感，让人必须给她写上一笔。

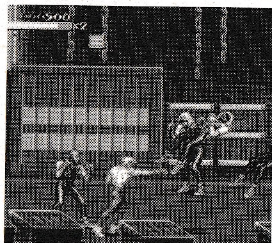


■机种:AC(街机)
■厂商:CAPCOM
■类型:ACT
■发售:1994.5.20
■类似软件:无

暴力程度:5
个性程度:4
真实程度:1

综合评价:3.33

NO.9



■机种:MD
■厂商:SEGA
■类型:ACT
■发售:1991年开始
■类似软件:无

暴力程度:4
个性程度:3
真实程度:4

综合评价:3.67

NO.8

最踏实的"街头暴力"

怒之铁拳

从系列第二作开始，游戏中加入了必杀技的成长系统，尤其是三代达到了登峰造极的地步。每作都在强化人物攻击手段，人物比例更大，敌人种类和思考模式也更复杂，背景更是细腻柔美了许多。有鉴于每作非凡的进步，我们觉得如果没有踏实的作风，如何实现？所以最踏实"街头暴力"非它莫数。

在"街头暴力"这种硬派感觉的标题下，怎么能少得了世嘉这个铁汉的金字招牌呢？

作为世嘉清版类游戏的代表，《怒之铁拳》从诞生的那一刻起，就注定会有所成就，尤其是对MD这台黑色的主机而言更是如此。上世纪90年代前后，喜欢MD的玩家，大多也都是世嘉街机游戏的忠实追随者，在自己的主机上制作更吸引这个群体的火爆作品，自然是顺理成章的事情。从一个负面的方向想想，似乎《怒之铁拳》的出炉更重要的是在MD上推出一个能吸引喜欢CAPCOM动作类游戏者的品牌。或许属于巧合，总之我们在《怒之铁拳》身上，总是能找到来自"Final Fight"的影子。当然，凡事都有后来者，而成功的后来者总是无法完全摆脱前者的影响。对于坚强而又自负的世嘉来说，他们并不能接受模仿的头衔，所以我们在这款作品中，能看到许多鲜亮的点子闪闪发光。

同样是混乱的城市，同样是强悍的勇士和凶残的敌人，世嘉在套用这些因素的前提下，主要是用系统来区别其它作品，这体现了世嘉游戏制作的实力。1代作品总体看来还有些稚嫩，3个游戏人物的攻击手段少，敌人种类和行动模式也比较单调，但天马行空般的必杀技系统却有前无古人后无来者的创意。不过，1代的火炮支援系超必杀虽然在创意上可圈可点，但除了营造点画面魄力外，实在经不起游戏性上的推敲。所以从2代开始，追求更高造诣的"怒之铁拳"便明智地放弃了这个单调的系统。

值得注意的是，"铁之怒拳"或许不是清版游戏史上最前端的，但在特定环境下，她却有不凡的意义。16位机时代，SFC处理高速卷轴上的不足，使许多厂商移植的街机游戏效果不敢恭维，更不要提一些原创作品。难以后续两作的出现甚至让不少人都怀疑SFC是否能表现同样画面水平的作品。所以，在MD上能出现一款表现如此优秀的原创游戏，自然有相当的价值。



■机种:FC/AC
■厂商:Technos
■类型:ACT
■发售:1988年开始
■类似软件:《热血硬派》

暴力程度:3
个性程度:3
真实程度:5

综合评价:3.67

NO.7

最痴情的"街头暴力"

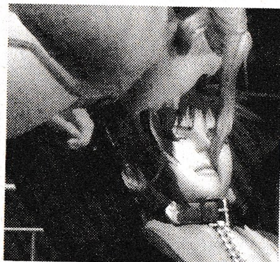
双截龙

"双截龙"一贯坚持为解救美女而与各种恶势力血斗的原则，甚至"宁愿"成为不同黑帮利用的工具。看着连续三代作品都是这种恒古不变的主题，我们不得不佩服创作者对"英雄救美"题材钟爱的执着，所以"双截龙"被冠以"最痴情的街头暴力"绝对不过啊。只是我们宁愿不相信这是作者想象力的匮乏。

在混乱到只有打手，以黑势力泛滥著称的纽约里，两个热血青年为了正义、友情和爱情而用自己的血肉搏杀。虽然描写这种题材的TITLE现在已经泛滥，但1988年能在FC上制作这样的游戏还是引起了不小轰动。在国内，"双截龙"一度在清版游戏中的地位，就像"魂斗罗"在射击游戏领域的地位一样，被众多玩家推崇和喜爱。当然，"双截龙"的发家并非在FC上，只是街机版在国内普及较少，远不及能在城镇全民普及的FC版有影响力罢了。一些资格"陈旧"的玩家或许还对街机版有不错的印象吧。

"双截龙"一代推出的时候，是以高难度为人称道的，只能3条命翻版的设定也许是Technos在制作时欠缺考虑的结果。不过苛刻的条件、简单朴实的攻击手段以及主人公"柔弱"的身体综合到一起，可能反倒激发了玩家求胜的欲望。更让人难以接受的是，在"双截龙"一代中虽然有两人游戏的模式，但可能由于故事主线中只是男主角比利为把女友从恶势力手中解救出来，所以两人游戏的模式竟然不是同时的，只能是在一方OVER后由另一方来重新游戏。或许在"双截龙"推出的时候，FC上同类游戏更多的还是单人闯关游戏，所以本作只是机械地采取了一种折中的双人玩法处理。尤其令人难以理解游戏设定与名称之间的不协调，为什么"双截龙"里只有比利一条"龙"呢？所以无论怎么看，"双截龙"一代都是比较粗糙和缺乏创新的作品。

一代推出一年后，真正意义上的"双截龙"才算是正式推出。2代不但有了第二位主角吉米，而且主角在攻击手段上也增加了摔投技。变化虽不少，没有变化的是主角在攻击判定上的严格要求。即使在与小喽罗的对抗中，玩家都必须靠抓住时机获得先手才能避免自己受打。而且虽然主角攻击手段增多，但每种攻击单独用来都缺乏足够的力量，两轮攻击接续间歇时间较长，而且容易出现僵硬，一旦被敌人抓住就难以逃脱。在这种高标准严要求下，要想让它打得很火爆，实在是难上加难的事情。



■机种:PS2
■厂商:SQUARE
■类型:3D·ACT
■发售:2001.12.23
■类似软件:无

暴力程度:3
个性程度:4
真实程度:7

综合评价:4.67

NO.6

最朦胧的"街头暴力"

保镖

PS2表现力一直是众人瞩目的焦点。"保镖"制作组为了尽量在游戏中做出CG般的效果,可谓煞费苦心。只是苦心不能代表成绩,虽然功夫下了不少,但为了杜绝锯齿现象,也只好将图像处理得模糊一点。结果一个打斗暴力的游戏竟然像童话一般朦胧美丽,这也就只有"死鬼"才会想得到,做得到吧!

对当年刚出道的PS2来说,需要强大的合作伙伴用有力的作品能在背后支持自己。其实本来是可以靠自己的,因为"GT赛车"在全球号召力不小。可惜出版日期一拖再拖,而且主机也需要多种类型软件的支援,所以成就PS天下称霸的最强援——史克威尔一定要在此刻伸一把手。

可是,史克威尔选择了一条陌生而富有挑战意味的道路。

其实,以RPG成名的史克威尔并非动作游戏的入门者,借助在TOBAL NO.1和"神佑擂台"上积累的经验,史克威尔有信心让他们华丽的思路和PS2有个磨合的机会。

习惯制造流行和华丽的公司对游戏的理解的确与众不同。利用多年来积累下来的CG和3D技术经验,他们希望不放过一点机会,让第一部PS2游戏把眩晕"泛滥成灾"地充满观者的眼球。几乎当年所有看过宣传片的观众都忍不住惊呼——史克威尔是动作游戏和电影之间最佳的纽带。

不过游戏终究是用来玩的,如果只是看起来光芒四射,却不能顺心痛快地操作,那只是款瘸子作品。史克威尔太尊重自己情节大师的称号,所以她对游戏的理解重在流程如何表现,所有成分都是为了表现整个故事而服务。所以难怪在游戏发行后,很多人都指责该作情节交代过多,同屏敌人过少,流程太短,可看性太强而可玩性实在太差。

其实归根结底,《保镖》并不是一个清版类的动作游戏,她只是一个非常简化到几乎只用动动拳脚就能通关的RPG。所以游戏中会经常出现打断进程的情节交代,这点对于多年来习惯一打就能半天不停的玩家来说,《保镖》里这种"肆意"渲染情节的处理很不习惯。不过,对于这个发生在圣诞节里,由一群拼搏在都市生活边缘的年轻人同邪恶集团共同演绎的故事来说,的确是对"街头暴力"一个崭新角度的描写,只是在这个美丽的童话面前,许多玩家都感觉到困倦罢了。

在这个充斥暴力的评选中,最为例外的,莫过于"莎木"的入选。尽管我们"愣头愣脑"的芭月凉是个武道中人,尽管在整个游戏流程中,凉总是出手一搏,但归根结底"莎木"并非充斥暴力的作品。不过"莎木"中的生活始终在黑社会的阴云笼罩之下,无数黑手都蠢蠢欲动,只是在平静的城镇中,恶势力像现实一样隐藏在各个角落。对背负弑父大仇的凉来说,危机四伏。虽然平常免不了有些小冲突,但生活的压力与不幸一直都是游戏的主调,玩家积压的怒气和平时苦练的期待一直难以爆发。

越是积压的久,玩家对最后一战的愿望就越加迫切。"莎木"不但有高超的3D技术做后盾,而且从"VR战士"那里继承的格斗系统和传统,使得"莎木"有着一套博大精深的武术体系。五花八门的拳法脚法如果只能在小广场、花园和仓库里摆弄摆弄,那岂不是绝大的浪费?

细腻过人到令人惊诧的3D技术是人人都能看到的表象,而"莎木"在处理暴力升级上的过人之处却更令人佩服。从自己独自默默练功,到轻松对付两三个流氓学生,再到应付一拨一拨找茬的黑势力分子,直到最后与70人的爆捶,这种过渡就和RPG里自己不断升级,而敌人也不断难缠是一个道理。正是这种循序渐进的过渡,加上20小时左右的流程经历,使得这场群殴夹杂了玩家最复杂的感情,也凝聚了玩家最多希望宣泄的情绪。

"莎木"中武功系统博大精深,可以使用的招式即使是作为格斗游戏都嫌多,所以刚开始在与多人对战时总想用华丽的功夫,反倒打起来很难看。除非深刻理解每个招式的相克性和适用局面,否则还是用最朴实而实用的功夫比较好。不过这回世嘉却很为玩家着想地在通关后提供了70人战专用模式,对于希望精心钻研武术和想重复体验打斗高潮的朋友来说,真是非常有益处。不过脱离了剧情的映照,单纯打架的70人斗倒没有在剧情状态下感觉到位,真的只是个练手模式罢了。



■机种:DC
■厂商:SEGA-AM2
■类型:FREE
■发售:1999
■类似软件:无

暴力程度:4
个性程度:6
真实程度:9

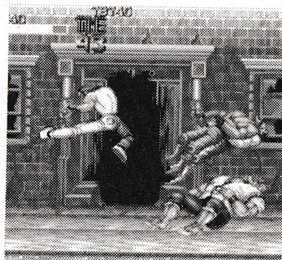
综合评价:6.33

NO.5

最动情的"街头暴力"

莎木70人斗

"70人斗"怕是在所有评选作品中流程最短的。但玩家和凉一起承受弑父之仇带来的痛苦,一同体验艰苦生活而稍带的屈辱,这些积蓄已久的情绪只有在最后一刻才能释放的快感,的确不是普通打斗类游戏所能比拟的。所以,难得在"街头暴力"的框架下,还会有这样一个撼动人心的TITLE。



■机种:AC
■厂商:CAPCOM
■类型:ACT
■发售:1989
■类似软件:《名将》

暴力程度:7
个性程度:6
真实程度:6

综合评价:6.33

NO.4

最始祖的“街头暴力”

FINAL FIGHT

“始祖”的评价,在具有启示意味之余,也意味着简单和幼稚。从以后的作品来看,无论整体节奏感和华丽程度,大都超过FINAL FIGHT的水平,但很少有人会在意这些不足,反而每每津津乐道于其中的快乐,这种只有先者才能获得的荣誉,也只有爷爷级的FINAL FIGHT才享受得起吧。

用“从无到有,就是一种成就”的感觉来给FINAL FIGHT加冕的话,不知会有多少老玩家能举手赞同。

或许用现在满眼POLYGON的眼光来衡量一个十多年前的老游戏,多数跟随次世代游戏成长起来的玩家都不会有任何欣喜的感觉,可是对于从小就在家长、学校、舆论多重阻击中顽强的地下游戏者而言,“FINAL FIGHT”的价值和留在心中的感动,恰恰是种无须多言的默契。当然,有“双截龙”在前,FINAL FIGHT不能说是乱斗游戏的始作俑者,可是她的价值就像街霸一样,确立了许多后来类似游戏的规则,像什么会掉血的超级必杀技、多种摔投技巧、连续技等等,甚至在相当长一段时间,其中出现的喽罗形象,也成为许多类似游戏所效仿的原形。当然游戏本身在几个原创方面达到的层次都不算高,单调的连续技,“朴实无华”的大必杀,都无法同后来的高人们相比,但也正是这种朴实的感觉,更让人觉得她是真正的街头暴力,而不是什么武林高手信手拈来的综艺节目,或者什么超哥超姐们的街头卖艺。

同样淳朴的还有她的选材——解救美女、女儿、朋友等等,不管是什么叫法,也不管三位男士跟这位不幸羊入虎口的美女之间究竟什么关系,反正不是什么解救世界,争取和平的博大使命。英雄和美女的选材或许在其它游戏中已经显得俗不可耐,但在FINAL FIGHT中却是永不衰老的,即使是在十年之后也同样如此。因为与其让三个普通人去拯救世界,还不如让他们去救救老百姓更真实些。

就是这种淳朴的风格,让人久久难以忘怀。游戏中许多基本的设定,像摔投技和大必杀减血这些今天看来已经很寻常的设定,大都是由这款游戏固定下来的。所以,当我们今天回过头来重新品评游戏中的街头暴力时,我们不能不被这款味道纯正,而且地位元老的作品所感动。尤其是还能被不断翻新抄作,所以榜上有名怕是必须的吧!

当你面对充满暴力美学的游戏时,你是什么感觉?

这款游戏就是要你彻底体验暴力如何美丽。

不过,这本是不应该用美丽来形容的。

因为黑帮的惨无人道,使得主角Max Payne失去了妻儿,失去了原本平静美满的生活。按照常理来说,面对这种磨难,人们会寻求司法帮助,或者让自己的心里从这种悲痛中逃脱。不过那就太过平凡了,游戏制作者需要将这个机会无限扩大,让Max Payne和玩家体验一番孤胆英雄的滋味。

当然,这种游戏代入方式并非独家自创,不过游戏的进行方式却是令人瞠目结舌——因为它是用美来渲染暴力和血腥。

全新的3D战斗系统是整个游戏的中心,如何夸张地把子弹弹轨描绘出来,如何帅气地杀死主角的仇人,正是这个游戏的主题,使得玩游戏的每个人都像暴力美学大师吴宇森一样,甚至比吴导更投入,更痴迷于暴力如何更“美”,以至忘记了我们到底是为什么而在这里不停的找角度,不停的把死亡和鲜血当成工作和鲜花。

当然,制作者在铺垫游戏进程的工作上还算比较用心,至少会比那些清版过关的动作游戏要复杂精彩得多,但仍旧很难抑制玩家心里这样一种感受——下一场战斗在哪里,下一堆敌人会是什么样?就像别人请我们到家中吃饭,等着会上什么菜一样。其实这点跟清版游戏一样,游戏重点都是在怎么过关上,只不过大家使用的形式有很大的不同罢了。但是不停地看到死亡和鲜血,我们总是处在这种重复的杀戮中,既让人觉得无聊,也容易让人麻木,到最后我们已经失去了对暴力的认知,忽略了在杀人,只是觉得在玩技巧,玩拍摄罢了。

Max Payne就是这样一款描写暴力的作品,它能让你在第一时间觉到暴力的美,但也能在长时间后麻木了暴力的危害。缺乏高低错落的节奏感,也是它让人们无法彻底感受暴力震撼的原因。



■机种:PS2、PC
■厂商:REMEDY
■类型:ACT
■发售:2001
■类似软件:无

暴力程度:8
个性程度:8
真实程度:7

综合评价:7.67

NO.3

最美丽的“街头暴力”

Max Payne

游戏本来是玩的,但由于游戏的虚拟性,使得游戏能将不可能变得可能,虚幻变成眼前的事实。所以杀人越货这类在平时只能看新闻或看电影得到的体验,在游戏中体现倒是非常容易的。而本作正是将这点发挥到了极限,将血和死亡当作一种美丽的创作,所以它被我们视作最美的“街头暴力”。



■机种:AC
■厂商:SEGA - AV
■类型:3D ACT
■发售:1998年开始
■类似软件:无

暴力程度:8
个性程度:8
真实程度:9

综合评价:8.33

NO.2

最华丽的"街头暴力"

SPIKE OUT

用3D清版动作游戏始祖来形容它或许并不恰当,但用"最会使用夸张效果"的头衔来标榜又总觉得还不够痛快。不错,正是痛快的华丽感代替了我们对其认识的一切观点。不过,正是因为过于华丽,所以让人难以对其的真实感加以认同。否则,给真实程度打个满分都不为过。这也算是一点失意吧。

就像"VR战士"带给格斗游戏一股飑力旋风一样,"SPIKE OUT"带给我们的是另外一种三维冲击。由于使用了三维构造,SPIKE OUT表现出来的是简直用华丽都难以形容的画面,加上SEGA对动作游戏硬派感觉的理解,使得这个系列从登场伊始,就成为风靡机厅的香饽饽。

如果有人非要问为何这款游戏能深深打动许多爱好者的话,让其理解的最好办法就是把他们拉到SPIKE OUT机台前面静立两分钟,仔细看看高手如何"花里胡哨"地将好像真实,又好似梦幻般演出的游戏展示就可以了。

从表面上看,SPIKE OUT是画面华丽的代名词;但从内涵看,它又是制作实力的代言人。3D游戏制作难度和工作量远不是2D游戏可以比拟的,在许多3D游戏还停留在很粗糙的建模阶段的时候,SPIKE OUT就已经达到了现在许多游戏都还没达到的水平。这拜赐于街机在成本上不惜代价,更是世嘉公司开拓精神的产物。

在《VR战士3》的旋风疯狂机厅后,人们已经抑制不住对高超3D图像制作的闯关清版游戏的期望,而当这种同样水平的3D动作游戏推出后,很快就被大众广泛推崇。细分来看,其实SPIKE OUT除了图像上有翻天覆地的变化外,在游戏本质上似乎没有什么很大的突破,依靠的依旧是连续技,摔投等等打斗技巧,不过人物造型超酷,打斗场面太过火爆,所以能挑动玩家的注意力。更重要的是,游戏是全3D的,所以在场景构造上远比2D复杂许多,相应的,在过关技巧上也就有了更丰富的选择。一方面,我方行动线路选择更有余地,而可以利用的角落也更多。尤其是在找宝物的过程上,3D世界使得宝物隐藏得更隐蔽,而玩家找起来也更真实更有趣——当然可能在密不透风的拳脚下,这就变得残忍了些。有鉴于此,许多同人网站都有通关技巧的讲解和讨论,复杂程度令人咋舌,这同样是2D游戏难以比拟的吧。

暴力游戏的真髓是什么?怎样才能体现出"街头暴力"的威力?

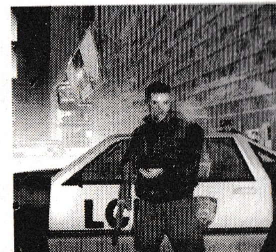
鲜花需要绿叶衬,血腥和暴力如果没有平常的环境来做衬托,也就没有了暴力的实质。

前面所有的游戏都是街头暴力范畴下的典范之作,都有可以独挡一面的优势,但惟独在最关键的方面,所有游戏都没有行之有效地进行处理。不过也难怪,这些游戏毕竟大都不是为了"街头暴力"这个目标而制作的,他们从属于不同的领域,有各自的制作动机。但"横行霸道"完全不同,它生下来就是为了告诉我们什么是"街头暴力"。

确实没有一款作品在这个方面能够与之相比,也没有哪个游戏像它一样这么恰如其分地符合种种条件——所有故事都发生在城市街头、玩家的目的就是要四处宣扬暴力、而暴力泛滥的最终结果就是被执法者就地正法。游戏中的这些与现实如此相似,怎能不说明它是"街头暴力"含义的最佳诠释者呢?

当然,"横行霸道3"的成功并不是简单地靠抒写暴力就能获得,关键的关键,还是它营造了相当复杂而真实的生存环境。几乎所有美国都市的街景和生活都在游戏中得到了体现——街头上车水马龙,各色人等怀着不同的目的在街上行走,而且什么人都可以袭击,什么车都可以打抢,可以产生反应的物体如此之多,几乎可以让玩家产生这就是一个可以互动而真实世界的错觉。

游戏本身在游戏性上的钻研并非很深刻,根本不能与"马里奥"系列这种讲究深刻游戏性的作品相比。非要相提并论的话,倒是跟"莎木"有些神似。都是在强调虚拟现实的基础上,靠活生生的游戏世界来带动游戏者。不过"横行霸道"在虚拟现实和增强游戏性的融合方面更妥协一些,游戏中有更多噱头的东西,特别是抓住了在平凡世界中施发暴力的中心,使得游戏有的放矢,既有互动真实的感觉,也有飑力十足的场面,也就有了成功的可能。



■机种:PS2
■厂商:Rockstar
■类型:ACT
■发售:2001
■类似软件:无

暴力程度:4
个性程度:8
正义程度:9

综合评价:3.33

NO.1

最真实的"街头暴力"

横行霸道3

对于每个接触到这部作品的人来说,一开始能体会到的是一种真实的生命状态。主角身边所有的人几乎都是活的,都有自己的思考能力,而允许向每个人进行攻击的设定更是破除了以前游戏中各类NPC只是说话工具的传统。这就不能不让我们用最"真实"的头衔来形容这款游戏。



结城晶



铮铮铁骨的硬汉
无限求强的男子

文:Silence

结城晶的个人档案

■流派:八极拳	■身高:180cm
■国籍:日本	■体重:79kg
■职业:武道家	■B/W/H:115/90/94
■兴趣:修行	■血型:O 型

在格斗大会上取得连续制霸目标未果的结城晶，回到日本之后将结果向祖父报告，同时回到了山间的修炼生活之中。山岚云雾之中，晶一边修炼，一边在思考“什么才是真正的强”，并在这种自问和驱动之下磨炼着新的技巧和战术。八极拳技艺日渐接近于炉火纯青的境地，同时一颗武人之心也在不断地变得更加坚强和充实。这个时候，晶接到了第四届世界格斗大赛的参赛邀请函……

“自己是否比以前变得更强？和那些强者交手来印证吧！”

晶背起简单的行囊，踏上了追求更强之路。

1986 年 11 月。

大阪某体育馆开学仪式上，一百多名日本学徒向一位其貌不扬的武学教师行鞠躬礼。但在如此隆重的开学典礼上，却有一个从外面闯入，身着一身白色练功服的汉子，向着那名教师大声喧哗。经翻译解释，教师方才知道来者是一个空手道高手，听闻有中国拳师开馆授艺，特来切磋。教师点点头，不再多言，朝那位空手道高手招了招手，顺势拉开了架势。日本高手一声低吼，拳风扑来，双拳逼近教师面门将达二寸之近的时候，只见教师身躯一沉，日本高手如受电击，直直摔倒在地上。原来教师根据对手身躯高大，加上空手道下盘进攻缺乏的特点，用了自己流派中独有的跪膝动作，近身用膝部进击小腿而将对手制服。

空手道高手惭愧而退之后，刚要开课，学员中却又有一名名叫格拉姆的大坂大学英文教师站了出来，自称学过自由搏击，希望跟中国教师切磋，并且提出了能否由自己先出招的要求。教师不假思索，朝格拉姆一招手，格拉姆立刻冲前双肘抱住中国教师的脖子，右膝顶住他的前胸，用了一个“抱丝缠”的动作，企图一举将他制服。却见教师右小臂插入对方右肘下，左手在内拢住对方右手腕，右手翻腕拢住对方右肘，用力往里一裹，人高马大的格拉姆一个后转身，像一个婴儿一样仰面朝天躺倒在中国教师怀里，换来了满堂喝彩。

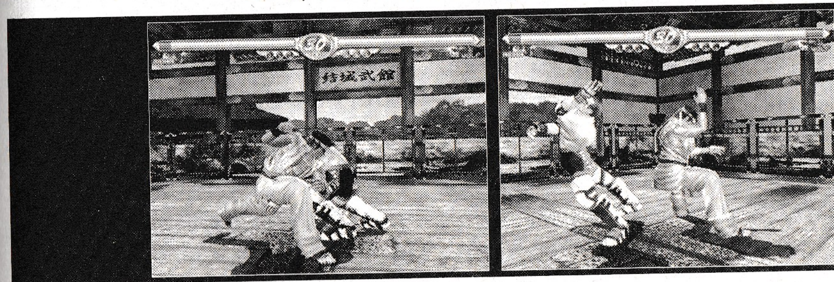
经此一役，该武学教师所带来的拳艺在日本名声大噪，有着越来越多的东瀛青年走入武馆学习这种名叫“八极拳”的东方拳术，也有着越来越多的日本人记住了这位技艺精湛的武学教师的名字——吴氏八极拳七世掌门人吴连枝。

六、七年后，一位著名的日本游戏制作人也跨海来到了八极拳发源地河北孟村，向 12 次东渡日本传授八极拳技艺的吴连枝致上最尊敬的礼节和最诚挚的求教之意。随后，游戏界名垂青史的佳话产生——第一部真实立体表现武术的格斗游戏“VR 战士”诞生。

无论如今 3D 格斗游戏是如何的多样化，并且如何各有特点各擅胜场，“VR 战士”系列始终作为该类型游戏的风向标，长盛不衰并且一直都拥有着最高的人气。结城晶刚猛凌厉的八极拳也俨然成为了“游戏武林”中的标志性人物。自“VR 战士”开始，其后的 3D 格斗游戏很少不加入八极拳或者与之相近的劈挂拳这一流派(“铁拳”的米歇尔、“TOBAL”的 Epon,“格斗之蛇”的大王蛇,“死或生”的海莱娜也是八卦掌混合劈挂拳)。

也许用武术界一句简单的俗谚便可以完全表现出八极拳在武术中的地位：

“文有太极安天下，武有八极定乾坤”！



有关八极拳的起源

八极拳的起源

□□□□□□

有关八极拳的起源一直没有一个完整的定论。一说，起源于明代，在抗倭名将同时也是武术大家的戚继光的著作《纪效新书——拳经捷罗篇》中，曾提到“巴子拳”，也即“八极拳”一般的俗称；二说，源于武当，是道士所创；三说，是清代河南岳山寺和尚张岳山创；四说，是清代一号“癞”的云游道士所创。但均无确切史料依据，故其起源有待进一步研究。还有一种说法是八极拳原始于河南嵩山少林寺，为少林寺第四门看山拳。迄今为止，得到较多支持的是清雍正年间拳师吴钟自一位自号为“赖”的云游道士处习得，其后在河北沧州孟村流传开来，并逐渐传入天津、北京和东北、西北等地。因而现“开门八极拳”尊“癞”为一世，吴钟为二世。吴钟无子，中年得一女，名荣，为习武近 30 岁嫁于海丰习长拳者戴氏。她遵"开门"之精神，将长拳之太宗拳、太祖拳、飞虎拳、桃花散等拳术依八极拳法之风格，提炼修改，传回孟村。此后，求习八极拳者日增。

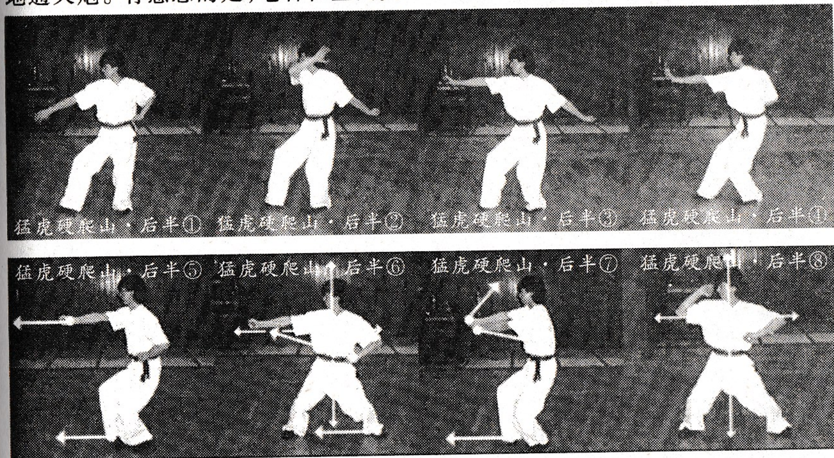
八极拳以其刚劲、朴实、动作迅猛的独特风格流传至今，早年因地域不同而被称作“巴子拳”、“八忌拳”、“八技拳”、“开门八极”、“开拳”等。但近代根据其发劲可达四面八方极远之处的特点，以“八极”二字定名。

刚猛和近身短打是八极拳最明显的招式特点，在劲道上追求崩、憾、突、击、挨、戳、挤、靠八字，发力则有顶、抱、单、提、胯、缠六种发力方法。八极拳法讲十六大步，除马、弓、虚、盘四种基本步法外，还有闯步、拖拉步、盘提步、跟提步等。腿法有搓提、弹腿、侧蹬、三挣提、蹁踹等。其手型体现云、罗、提、按、刁、扣、缠、粘八大手型之运用。八极拳法传人，借纯阳九宫剑剑规为本门门规。门规为“八要”：一要心术正，二要胆气重，三要耳目灵，四要手足捷，五要身法便，六要力量充，七要精神旺，八要儒雅性。

值得一提的是八极拳除了这些功法特点以外，练功过程也非常讲究遵循人体生理规律的变化，从基本功（八极架）开始，一步一步加以训练，达到强健筋骨的目的。正如同想用好结城晶必须做大量的基本发招练习一样，八极拳的每位传人都非常侧重基础的训练。

八极拳以头足为乾坤，肩膝肘胯为四方，手臂前后两相对，丹田抱元在中央为创门之意。以意领气，以气摧力，三盘六点内外合一，气势磅礴，八方发力通身是眼，浑身是手，动则变，变则化，化则灵，其妙无穷。八极拳非常注重攻防技术的练习。在用法上讲究"挨、膀、挤、靠"，见缝插针，有隙即钻，不招不架，见招打招。发力于脚跟，行于腰际，贯手指尖，，暴发力极大，在技击手法上讲求寸截寸拿、硬打硬开。联系到“VR 战士”中，结城晶那大开大合，刚猛迅疾的风格无疑是现实中八极拳最佳的写照。

八极拳中有所谓“八大招”，是八极拳的精华所在，亦是八极拳的根本。每个招式都不拘泥，可应敌而变，在实战中置敌死命，并且非入门弟子不传。招名如下：阎王三点手、猛虎硬爬山、迎门三不顾、迎风朝阳手、黄鹰双抱爪、霸王背遮江、左右硬开门、立地通天炮。有意思的是，笔者在查阅资料时，在一个武术论坛上看到有人谈论东传至日本的八极拳是否有变化的问题，而据一位习八极拳者所言，日本流传的“猛虎硬爬山”有谬，正宗的远比之更为简练实用。笔者不谙武学，无法分辨真假，只有将日本功夫网站上的“猛虎硬爬山”照片附上，以求读者鉴别，同时也可和结城晶作一比较。



再回到“VR 战士"中。历来就有“达人未必主攻结城晶，但能用好结城晶的必是达人"之说。以 4 代来分析，结城晶招式刚猛迅进，判定强；中距离有突进技牵制，近身有“击步翻胯”等防御破坏技；“扬炮”判定之强足以正面叩击对手普通中上段攻击；返技齐全，摔投后也常形成包括背面取在内的各种有利状态，在 VF4 人物能力中称为第一毫不为过。而且结城晶的投技确定和直线系招式也不在少数。

历来修习八极拳者都必须经过劈挂拳辅助练习这一课，有言道“八极参劈挂，神鬼都害怕”。劈挂拳主快攻，大开大合，腰马发动，强劲无匹，主上三路，步法灵活多变，步步连环，形成逢进必跟，逢跟必进，要求迫步入马，动作特点为拧腰切胯，前握后扣，大开大合，两臂调直，搂臂合腕，连环劈挂，做到腰似转轴，手似鞭，浑身之力通于肢端如大河奔流，一泻千里之气势。这几乎可作为 4 代结城晶以“进，粘，崩”三字为基本风格的注脚。遗憾的是，由于结城晶的技法特色相较其他十二位角色而言，过于传神实在，也形成了使用结城晶者套路接近，风格不多。强化版“VF4 evo”中更是出现了里门顶肘直接跟跃步顶肘这种招式，但愿"evo"的平衡性不会遭到破坏才好。

结城晶，不能再强化了！

1 生化危机GC版

机种:GC 厂商:CAPCOM
类型:A·AVG 发售日:2002.3.22
文/HANSIR

美丽的、恐怖的、失衡的

是美中没有不足吗……
自带领制作组攻克了这道难关,而游戏的表现亦可以用完美来称赞。但作为CAPCOM大举登陆NGC的排头兵,『生化危机』之父三上真司亲



■美丽的

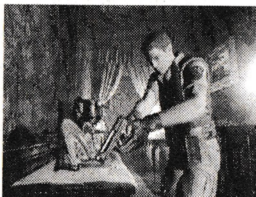
这也许是每个游戏厂商所追求的。这里指的当然是游戏作品的华丽表现,以及声音效果给游戏玩家带来的享受。机能的提高也只能代表技术的进步,而游戏理念的进化则是另外一回事。如果说《生化危机》在NGC重生是一种技术上的突破,那么这个作品借助其强大机能所表现出的东西,足以使所有玩家承认这是一个更伟大的理念突破。这个作品发售的时候曾经被《FAMI通》授予39的高分,这无疑直接证明了CAPCOM的实力。的确,在大多数玩家眼里,这个作品绝对有着不同于传统游戏意义的因素存在,而导致这种看法的最根本原因其实再简单不过了:整个游戏的表现已经近乎完美,或者说在视觉上达到了及至。

从技术的角度来讲,CAPCOM巧妙地借助了NGC强大的光源处理能力(有着两倍于PS2的光源处理能力),把一个对大多数生化迷来说再熟悉不过的洋馆描绘得惟妙惟肖,使他们得到了久违的亲切。虽然人物的造型经过刻意的加工已经使那些生化迷无法辨认,但是他们却毫无疑问的接受了这样一种"肖像化"的新形象,也就是说主角在NGC上出现才真正使他们认识到的"最终形态"。

■恐怖的

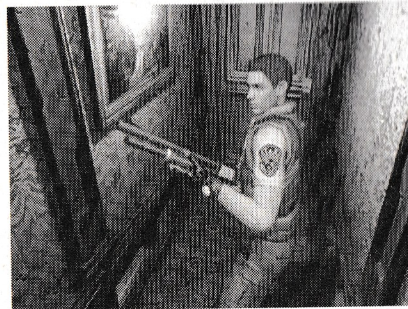
这是大多数AVG游戏不懈追求的目标,也是很多厂商挖空心思所研究的主要"课题"。如果把一部游戏定义为一部恐怖AVG,那它一定具备两个条件:其一,在游戏的视觉上可以使一般玩家感到恐惧(主要是指视觉上的恐惧);其二则是在操作上具备一般ACT或另类动作游戏的特点。而在NGC上重生的本作不但绝对的符合以上两条标准,而且还在精神上极大地压制了玩家。之所以这么说是因为这个游戏确实有着不同寻常的效果渲染和天衣无缝的音乐特效,这也就在无形当中压抑了游戏者的精神。也许体会过的玩家还记得主角面对第一个复活丧尸时的场景:在你毫无防备的状态下,一个你认为已经被消灭的僵尸腾身站起,并且以两倍于你的速度飞奔而来,你在突如其来的变化下惊呆了,当你发愣的一瞬间,屏幕上已经一片血光……"YOU ARE DEAD"。这种感觉已经使笔者很久没有遇到,把这种感觉说成是"恐怖再来"恐怕是最恰当不过了(其实真正触动笔者的恐怖游戏是PS上的《寂静岭》。但这个游戏绝对与生化系列是两个不同的东西)。不过无论如何,我们都可以清楚地意识到,这些惊人的变化全都是基于主机性能大幅度提高的基础上的,这可能就是游戏产业当中的一条无形的规律吧。


开枪产生的光影诱人


人物动作更加细腻生动

■失衡的

这点往往出现于很多游戏中,而且已成为一种值得所有制作人注意的问题。前一阵子在日本业界有一篇"小岛秀夫访谈录"被各大媒体登载,其讨论的题目就是关于"游戏与电影之间……",其实就是讨论关于游戏以及相关艺术门类之间的渗透。这种现象其实并不是偶然的,游戏这种娱乐形式已经受到电影艺术的影响开始借助一切可以被利用的手段,最终达到令欣赏群体满意的状态。所以会有《生化危机》当中的电影镜头切换,人物对白的电影台词化,以及各种模仿电影的特效。如果以此观点来看待大多数同类游戏,那么你会发现他们同样存在着失衡现象,但这些都有利于更完美的表现游戏,最终使得更多的非玩家加入到这个欣赏群体当中来。



其实明眼人都可以发现,CAPCOM把这个昔日之宝在NGC上重新推出只出于一种商业动机,是为了在这个机种上拉回一部分玩家。而在此同时,本社的其他两部作品《魔颤》和《鬼武者》两个系列已经完全可以取代本作品的地位,当然这仅仅是只单部游戏的销量。但仅此已经就可以完全证明CAPCOM在运营手段上的高明。无论如何,《生化危机》在NGC上的重生绝不会再被说成是"炒冷饭",而是绝对的"恐怖再来"……

PROFILE

《FAMI通》当期所获评分

1	2	3	4	总评
10	10	10	9	39

编辑部一句短评

生化危机本来是一款寻求经历和恐怖的游戏,但在许多核心玩家手中也被看成竞技项目,最快速通关似乎成了一种时尚。

2 樱大战 4

机种:DC　厂商:OVERWORK
类型:SLG　发售日:2002.3.21

文/铁杆合作组 小草

在『樱前线』后彷徨

『樱大战』系列终于在2002年初间歇性地划上了一个句号，只是这个句号是否完美，还是智者见智，仁者见仁。不过，出于玩家对这个系列的钟爱，『樱大战』还是在日本实现了优异的销售成绩。



正统“樱大战”系列，在今年的三月份终于有了了结。拿到限定版时的心情极其复杂：和所有喜欢FF系列的玩家希望FF能永远延续一样，我又何尝不期望“樱大战”能继续下去呢？但是现实是残酷的，这个句号终于画完了。不过我们是幸福的——这个句号画得很圆满，让人在感伤之余又相当欣慰。

有人说“樱4”做得并不能令人满意——动画只有5段，必杀技的POSE也异常简单，剧情更是短得可以，连“下回预告”这个惯例都省了。

以上几点的确是事实，但是瑕不掩瑜。因为“樱4”做得很用心，也很感人。

个人一直认为“樱大战”的系统是恋爱游戏系统中的“究极形态”。虽然恋爱AVG需要柔和、清新、浪漫的柠檬味和玫瑰的风格，但是长期沉溺于此，恐怕也会使性格向柔弱的方向发展吧（笑）。而带有钢铁味道的SLG部分正好弥补了这个缺陷。“樱大战”系列的招牌——LIPS更是硬派十足加变化无穷，这绝对需要灵敏的反应神经。

当然这几个特点是“樱大战”系列共有的，而“樱4”最吸引人的地方就在于，一是她把樱1代和2代的“帝击”风格和3代的巴黎风格完美地结合到了一起；二是强烈的情感渲染能力。

“樱大战”1代和2代总体说来属于日本风格，而3代则是带有浪漫、自由、加上一点颓废的法国味道（笑），把这截然不同的东西结合在一起可不是容易的事情。去年“樱3”中帝击花组登场的情节，就已经引得“无数樱迷泪满襟”，这充分地利用了玩家的怀旧情结——毕竟“樱3”是在2代发售3年之后才现身的，当和风在花之都吹起的时候，从心底引发的感动是难以形容的。

而在“樱4”中，反复使用的帝击风格的“梦のつづき”和巴黎风格的“未来”，可以说是这两种风格的代表作品。这两首曲子在“樱4”里的相互穿插，再加上各个人物的主题BGM（最喜欢的，“イカルスの星”），造成了极大的感染力（尤其是对反复打过前作的战友来说），一听便知。

其实“樱1”到“樱4”，故事情节一直是同样的套路：和队员相识、每话一个主线人物、打倒第一个强敌、换乘新机体、直到最终决战。由于故事框架相近，能下大力气刻画的，只有人物性格。从1到3，人物形象塑造得都很丰满。但是“樱4”不能也没必要这么做。

首先，人物性格在前作里已经得到充分表现，若是在4中重现，未免有画蛇添足或者前后不一之嫌。其次，人物众多，要想把所有人都描绘一番，容量上又不允许（为了节省空间，爆机动画只有米田那固定的一段）。再次，在DC停产一年多的今天仍然肯花6800日元或者五六百人民币买“樱4”的玩家，绝大多数都是玩过并且非常喜欢原作的人，把原作的东西再拿出来炒，也对不起他们。塑造人物性格已经在前作里做过了，现在只要再现这些形象，就能调动起玩家的感情。而且流程虽短，但是每个人物的结局做得都相当圆满，可以说是给了这么多年来在电视前孜孜不倦的大神君们一个完美的交代（笑）。本人就尤其喜欢蕾妮的结局，百看不厌。

说了半天情节的感染力，再说说其他要素。SLG的战斗部分，由于引入了“BT称号”——“绝对正义”，再加上“究极・化け物机体”双武的出现，战斗变得非常之简单，跟2相比简直就是毫无难度；即使是跟系统相同的3比，也容易得多（本人打“樱4”全部战斗累积损血绝不超过25）。不过要想打成零伤害，还是得多动动脑子。所有人的必杀技完全重新制作，不过所有特性仍然保留（现在我和一个朋友一见面就是“哈家看塞～～”……）。



音乐方面，集前三作大成，非常精彩。新作的篇尾曲“君よ花よ”更是令人泪下。唯一的缺憾就是前作中的某些迷你游戏的BGM未作保留，甚是可惜。

另外值得一提的就是“帝都恋人”和“巴黎恋人”的安排。这样的设定保证了玩家心仪的角色能在好感度的排名上有稳定的位置，十分方便。而且在决定三笠强袭部队人员之前的自由移动时间，也可以让人有最后的机会来对好感度次序有微妙的调整。这个自由移动时间是在存盘之后的，因此灵活性相当高。

“樱4”的动画也许太少、剧情也许太短，但是绝不能说做的不用心。一来在已经停产一年多的主机上能推出如此品质的游戏实属不易；二来堇的声优富泽小姐为了“樱4”而将引退时间延后。光这两点就够其他厂商学一阵子的了。世嘉和世嘉迷之间的约定、以及“樱4”这个最终作所强调的精神取向和感染力，委实难以理解，可能只有充分理解“樱大战”的真髓、用心体会过“樱大战”系列的、真正的玩家，才能感觉得到。

体味完大正风情的尾声，感动、唏嘘、留恋之余，我彷徨。

明年樱花烂漫的时节，我们能体会到什么？

3 三国志战记

机种:PS2 厂商:KOEI
类型:SLG 发售日:2002.2.14

文/修路

走了捷径的轻松创新

对于中国的文化，常常被人们口传心授地形容为博大精深，历史悠久。单就一个短暂的三国时代，就有数不胜数的故事与传说，就是一个挖掘不尽的宝藏。



三国作为中国历史的一个缩影，在游戏题材中被广泛应用。连日本厂商对它也是乐此不彼，百用不厌。从最早正统类的SLG开始，已经有无数个作品，用不同的体裁来承载着这段历史。而作为最乐于此道的光荣公司而言，更是挖空了心思，用尽了不同的手段将这些口熟能详的故事翻炒花样，做出了一个又一个经典之作。

《三国志战记》无疑也是众多经典中的一个。

自从搭上“PS2号”特快列车以来，光荣在制作游戏的思路上不断有新的突破创新。尤其是在三国题材上，虽然压箱底的“三国志”系列仍旧延续着严谨复杂的传统，但让人眼前一亮的“决战”和“真·三国无双”却是让人从来没有体验过的新类型作品，而且受到了玩家广泛的好评。特别是《真·三国无双2》，更是成为光荣历史上第一款世界范围内销量突破百万销量的巨人级作品。正是凭借种种优良业绩，光荣在营业规模和模式上走进了一个新的境界。

当然，光荣新战略的成功不仅仅是靠两个三国游戏，但上面提到的两款却共同体现了公司新风格的特点。虽然两者游戏类型不同，游戏方式迥异，但不管他们玩的是战术还是动作，都在强调庞大的战争场面，甚至为了体现万人挣杀的大场面，光荣甚至对自己一贯坚持的严谨风格也放松了许多，崭新的爽快感替代了过去要求玩家缜密思考的习惯。

可是光荣还是光荣，它有自己的传统，即使有新的战略目标，但传统的影响也是根深蒂固的。

在次世代时期，光荣推出过像《曹操传》、《孔明传》这种战棋类S·RPG作品，这类游戏以三国历史为主线，以使用战术为游戏推进方式，这种更符合三国历史人情味的题材受到许多人的欢迎。而从这两点分析，《三国志战记》完全放弃行政指令，单纯讲究战棋式战斗的风格，使得它应该属于这种题材。

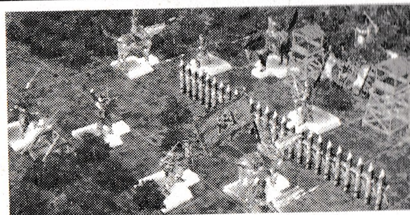
但《三国志战记》又不同于《曹操传》。表面上看来，《三国志战记》在影像引擎上分明是“真·三国无双”的续作，全3D场景，特别是人物造型与“真·三国无双”完全一致。由于这点，不少人认为这款作品不过是一款捞钱的应时之作，对其嗤之以鼻。笔者也承认这种看法，但君子爱财，取之有道，《三国志战记》的确有它的创新，有它值得我们珍惜的创意。

首先，是它在营造战场气氛上，非常符合古代战争的感觉。

总体看，沿用了“真·三国无双”3D建模的《三国志战记》，不光是延续了3D化的图像系统，也延续了前者强调战争大场面的风格。每次将领的军事打击行动，都会伴随军队即时战斗的影像。其实这种影像即时处理的方式同一些战棋游戏，像“火纹”和“光明力量”等战棋游戏描述的战斗画面，没有什么本质的区别，不过在影像过渡上更自然，不是突然切断，而是从与地图画面重合进行为开始，逐渐切换到全战斗场景。虽然同样的本质，使玩家在长时间接触后容易厌倦，但至少在上手阶段，许多玩家，尤其是游离群落的玩家一定会被类似“真·三国无双”那样的魄力场面打动。而这种魄力的产生靠的只是活用公司内部的已有资源，靠的是将资源的重新组合，靠了一种想法而不是漫无目的的创造，这的确是一种既节约成本，又能产生很强表现力的做法。

其次，光荣为使游戏更有趣味，制造了一套崭新的作战系统，而这个完善的系统将游戏从平庸推向了优秀。

其实游戏中很简洁的CG、弱化到弱智的内政、以及不断出现的任务，都是为了把具体战斗放到中心的结果。与其它内容非常弱化相比，这个作品的战斗系统却非常有创意并且非常完善，这甚至令我怀疑制作者只是用这个作品来实践这个崭新的战斗系统罢了。



当然，这种想法只是没有事实根据的猜忌，但从另一个角度看，确实能证明本作在战斗系统上下了很大的功夫。同以前光荣的战棋类作品相比，本作弱化了将领个人能力在战场上的作用。首先是降低了武将“物理”攻击的威力，而加入了武将“战技”的设定，使用“战技”不但能给对手更重的打击，也能使自己不受损失，更可以产生许多效果，使战局发生变化。但凡事都有相克性，“战技”威力强，但使用有限制，每个将领的每种“战技”只能使一次，只有歼灭一支敌方部队才能补上一个“战技”，所以慎重使用成为关键。另外，由于加入了“连锁攻击”的设定，只要玩家能够很合理地将部队排列开，再巧妙地和“战技”结合，能够给敌人成倍的创伤，所以即使你是天下无敌的将军，要是战术布置不合理，同样会被普通人打败。

如果华丽的战斗能在开盘吸引玩家投入的话，那环环相扣的战斗系统则是让人能否继续中意于本作的主要原因。系统深奥有趣，却难度不小，所以一些人可能会望而却步，而一些重度玩家则会痴迷不已。这种矛盾产生了或褒或贬的看法，这也是本作销量能有十几万，却不能向更高成绩前进的原因吧。

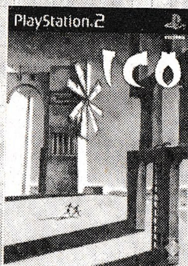
《三国志战记》重现了光荣传统的严谨，结合了新时代的华丽，由此我们得到一点思考——创新也有捷径可走。

4 ICO

机种:PS2 厂商:SCE
类型:A·AVG 发售日:2001.12.6
文/罗嘉

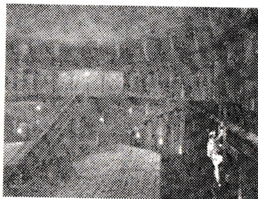
以人为本的正统AVG

『呆傻』可爱的ICO，透明骨感的女孩儿，加上空荡而森严的古堡，一个感觉怪异的游戏就诞生了。不过仔细想想，尽管在背景设定和人物设计上有点另类，可是它才有AVG原本真正的感觉……



有的游戏，刚玩时你会觉得热血沸腾，但很快就会昏昏欲睡；有的游戏，初看时平淡无奇，但随着游戏的进程，你会发觉自己已经陶醉其中。《ICO》就属于后一种。

不少人买这款游戏，不外乎两个原因，一是中文，二是香港有行货，价格便宜。但是，不少玩家很快发现，这款游戏有着一股让你欲罢不能的神奇魅力。直到片尾的精彩动画和主题曲出现的时候，才会由衷地赞叹这是一款十分优秀的动作AVG。随后，更由于新的音效、武器和搞笑结尾，以及一周目中女主角看不懂的语言变成了中文而进行二周目的冒险。





游戏这股自始至终吸引玩家的魔力正是游戏设计人性化的表现，也体现了设计人员在CAPCOM风格AVG大行其道的今天，在商业浪潮中独树一帜的勇气。最能体现这一点的就是男女主角的牵手设定，以及复杂有趣的谜题。也许正像游戏宣传词中说得那样：我不能放开这个人的手，因为，那似乎等于放弃了自己的灵魂。虽然自己也不怎么强大，但人就是有一种保护弱者的天性，尤其在陌生的环境下，而且对方又是一名柔弱、美丽但神秘的少女。

总觉得CAPCOM把AVG类的游戏引上了一条不正常的邪路。我并不是说它做的游戏不好玩，缺乏价值，只是觉得这些游戏已经偏离了当初由《Zork》等老游戏确立的AVG风格，让人以为AVG游戏就应该是动作游戏的衍生品。对于玩家来说，那种解谜的紧张乐趣也逐渐被爽快的动作感所替代，虽然这是好是坏一时还难有定论。从另一个角度看，也正是由于CAPCOM的努力，才使动作射击游戏焕发出了新的青春。

总觉得《ICO》是向"生化"系列挑战的一部作品，而且处处与它的设定相反。有许多人抱怨"生化"系列的谜题已经到了无聊的地步；《ICO》中的谜题设定十分经典，有许多需要两个人齐心协力才能通过的机关。一个用的是手枪，还随时要注意自己的血格；一个却只用一根木棍(激光剑？)，而且ICO根本就没有血格的设定，只要时刻注意别让黑影把女孩抓走就可以了。无论是游戏画面还是剧情画面，用的完全是可随意放大缩小的即时演算，营造出的宏大场景完全是贴图+CG无法比拟的（这里丝毫没有贬低"生化"的意思）。

其实，现在流行的所谓的"游戏玩人"的说法正是一种对游戏中人的要素的淡化。无论是超酷的画面，还是艰涩冗长的剧情，制作者意图通过游戏反映自己的东西太多，给玩家的想象的空间太少，游戏者的接受甚至操纵都是被动的。这又从另一方面表明了游戏进化的方向并不只有虚拟现实一途。但是现在的业界却到了以人为本的游戏和商业化的市场要素相冲突的地步。在玩《ICO》的时候，看着古堡那引人遐想的美丽自然风光，听着耳边的风声和水声，真想让自己也变成男孩ICO，牵着女孩的手……

任何一个玩家都有选择不同游戏的权力。如果你把游戏当成试图反映什么思想、社会现实的文化作品，你大可不必去花钱买《ICO》，里面的对话都少得可怜(要不SCE怎么把它译成中文了呢)。但如果你想纯粹地享受游戏的快乐，又对大自然的气息充满憧憬，而且对CAPCOM那种实际上是ACT的


←登高望远的意境令人遐想。


→年幼的ICO在空荡的古堡中显得那么弱小。

AVG不太感冒的话，《ICO》是你的不二之选。不要去理会什么"原本是打算在PS上制作，后来改到了PS2上"的话，因为这款正统的AVG真正做到了：游戏，以人为本。

听闻SCE因为广告经费问题而减少了对《ICO》的宣传，如果真是这样的话，实在觉得有些可惜。虽然SCE近来也有《LEGAIA DUAL SAGA》这种不负责任的续作，不过它还是经常能给我们带来惊喜的。但是想一想这种本是正统的AVG现在居然沦为了市场的另类，还真令人有点哭笑不得的感觉，心中只好暗骂一声：CAPCOM，算你狠！！

PROFILE

《FAMI通》当期所获评分

1	2	3	4	总评
8	8	7	8	31

编辑部一句短评

ICO是那种味道清新的作品，玩进去就像来到空气新鲜的森林，踏进潺潺的溪流，顿然一股脱胎换骨的感觉。

5 绝体绝命都市

机种:PS2 厂商:Irem
类型:AVG 发售日:2002.4.25
文/铁杆合作组 艾

组织破坏的城市吧 让我们一起逃离这被邪恶

家一起在为解救自己和活着的人而努力着……
在一座已经被地震毁灭，而且还在不断袭来余震的城市里，主人公和玩



说起来日本也真能够想出来，本身日本就属于一个多灾多难的国家，而且比较频繁发生的就是地震。这次Irem公司制作的《绝体绝命都市》差不多就是对着日本自己开发的吧？虽然游戏的发生地点是一个太平洋上面的人工岛，不过感觉日本本身不就是个岛国？人工岛人口众多，日本好像人口密度也差不多这样吧？

游戏整体的创新感觉相当不错，玩的时候感觉就是自己在逃生，感觉和“寂静岭”的场景有类似的地方，彼此场景都比较大。不过相比起来，《绝体绝命都市》的场景是会变化的，不是别的意思，不信你走上桥梁等建筑玩玩，百分之百保证你感受到地震以后桥梁的断裂，然后你回去再看看这座桥，你绝对不会相信那是你刚才所在的桥梁。





游戏进行当中，要多次使用R1键蹲下，否则受伤了别说没有提醒你(笔者小艾彻彻底底完全熟悉了PS2的R1键的位置，绝对以后特别熟悉R1的位置，笑)，当然也不要执著的什么事情都按R1，比如大楼坍塌，还准备蹲在楼下等死？这个时候就得“夺命狂奔”了，而且极有可能受伤。不过比较起来Game Over，还是宁可受伤好一些。现在想想，地震的时候逃生，不受伤倒是比较奇怪的事情。尤其郁闷的事情不止是在地震中逃生，有那么几次，好不容易从坍塌的大楼旁边跑过，然后不明不白的受伤，后来才发现，石子……而且不管我怎么Save & Load，都得中弹，那个石子也太巧合了，为什么一定要瞄准我啊？哭（因为我是Perfect风格追求者）。

另外比较同情主角，游戏刚开始不久就要和那个女生在一起，我向来认为游戏里面的女生都是拖累的代名词(已经被众多女生扔柿子、鸡蛋什么的)，而且要忍受女主角的绝对日本化的“救命”，听得我一直想和女主角接吻，主要是太可爱了(这是什么反应？？？)。之后我们可怜的主角还要面对新的问题，知道开着游艇在大海上面被人追杀的感觉是多么的郁闷么？当时心头那叫一个烦，我没吃的没穿的没喝的，还在一个多灾多难的地震多发地带逃生，谁那么好意思加害于我啊？最恐怖的还有你得小心你的朋友的算计，不过想想也合理，这样的环境，都为了生存。哎，郁闷。

另外游戏系统方面，感觉有些设计相当的真实。比如喝水这个设定，谁都知道三天不喝水人就会彻底的Game Over，除了体力为0会导致Game Over，那个上面的水的设定为0也会导致Game Over，基本上就是两个影响主角的生命线吧？所以要不断的寻找水源，当初玩《生化危机3》的时候就在奇怪Jill居然多日不吃不喝就完美地脱离了城市。《绝体绝命都市》不是这样，没水意味着死亡，这和现实相当的接近。不过，游戏总要有找麻烦的时候，比如有的场景你找不到水源，总不能等死吧？这个时候就得向骆驼学习，储存水源，反正游戏当中也有容器。而且比较让人感到高兴的是，当你找到了水源，意味着你就可以Save了。在水源上面补充一点，不要喝海水（我就犯过这样的低级错误），特此声明，不要和我笔者小艾一样冒失。最值得说的地方，玩过《生化危机》的朋友都知道组合道具，产生新的道具来进入新的地点，“绝体绝命都市”这次居然还包含了拆卸道具，我就比较喜欢拆东西。



游戏细节上面的设计比较有趣的地方，就是可以收集各种各样的道具，比如像指南针、水壶等等。另外就是主角带着什么的话，直接看主角身上就可以了，不必和别的AVG一样要看Item目录。另外游戏比较符合现在游戏的多Ending的设定，有Good和Bad区分，不过笔者小艾的应该是Bad Ending，因为很多好朋友都死在里面了，估计是中间那个分支，女主角要带我去她家，我没去（我真冷血）。还有多分支，都由于目前工作生活太紧没时间去研究，一直是个遗憾。还好游戏可以收集照片（不是《零》吧？）。

不过游戏还有让人不满意的地方，就是在PS2这样的主机上面，发现了好可怕的锯齿现象，可能是由于主体细节比较多吧？另外就是主角的转身动作，玩过的都能看出来，根本就是正反图片地交换，当时看到的时候大汗淋漓……还有明显的动作延迟，感觉这些都是不该发生的问题。不过就整体游戏来说，创新和游戏的内在感觉，灾难的刻画，相对于这些缺点来说就更重要了，所以整个游戏还是相当不错的。而且问题基本出在技术上面，而不是整体的游戏设计，所以希望技术方面加强，来更加完善的故事和系统。

机种:PS2　厂商:INFOGRAMES
类型:SPG　发售日:2002.7.11

文/假圣人

浪花飞溅的清凉感受

作为PS2主机上最优秀的水上竞速类游戏之一，SPLASHDOWN确实表现了非同一般的实力。虽然在水面表现和游戏趣味尚与目前最优秀的同类游戏有一定差距，但……



由于软硬件技术上的限制，在印象中，家用电视游戏领域水上汽艇竞速类游戏最早的典范之作，就是跟随N64一同面市的《水上摩托64》。尽管事过境迁，但这款当年刻意夸张N64主机硬件性能的作品，在水的表现上看起来仍旧相当出色，许多后来者都无法超越。再加上与NGC一同推出的《蓝色风暴》，同样将水的表现上升到一个新的层次，让人不能不产生任天堂主机有非常注重"水货"的感觉。

但市场毕竟不是任天堂一家的，在技术上寻求突破的绝对不仅仅是任天堂和NST(《蓝色风暴》的开发制作者)。在欧美一向以3D技术能力和发行优秀游戏作品著称的Infogrames，与制作组Rainbow Studios一起，向"水"——这个看起来简单，但实际表现起来一直都非常困难的物体——用PS2发起了挑战。

由于缺乏硬件支持，所以在《SPLASHDOWN》未正式发行之前，人们难免会对其制作结果和表现程度表示怀疑。虽然Infogrames曾经制作和发行了太多以3D技术强悍为号召力的作品(比如可以算得上是"生化危机"鼻祖的"鬼屋"，以及号称最强FTS的"虚幻"系列)，但在制作水上汽艇竞速类游戏上，她还是一个初出茅庐的愣头青……

但制作结果出乎意料的好，不知Infogrames往里砸进了多少钱，总之这个游戏一看上去，就能感觉到其与其它PS2游戏在制作，尤其是水面表现上的大相径庭。先抛开技术层面和实际效果间的差异不谈，仅是从游戏开场处理的手法上，我就能深深感受到《SPLASHDOWN》同NGC《蓝色风暴》间在制作理念上的差异。

如今，大势游戏好坏三分看：第一看片头动画和CG；第二看游戏画面华丽与否；最后看游戏好玩与否。除了任天堂的游戏，现在真正有卖相的作品，三样是缺一不可的。而要在PS2上做游戏，更是要强调前两者发挥的作用。

《SPLASHDOWN》确实有一个好的起点，经过处理后的半即时处理片头动画，不只是用技术说话的产物。镜头走位、剪接得不是恰到好处可以形容的，就像"GT3"一样，在片头展示上，《SPLASHDOWN》用了大量的转换镜头，配合激昂的音乐，让人的第一感觉眼前所看到的并不是一款水上汽艇游戏，而是一个很酷、很有召唤力的大片。而相应在《蓝色风暴》上，我们看到的更多还是对游戏画面实力的体现，尤其是强调水面近似夸张的华丽和真实。好在硬性指标高人一等，《蓝色风暴》确实依靠非常真实的水面效果就可以吸引相当多眼光，何苦费时费力做那么多辅助工作？

这真是一种制作理念上的差异了，一种将游戏当作技术和视为作品的认识上的差异。技术的游戏强调游戏内的感念——更好的3D引擎，更高效率的AI系统等等；而作品的游戏，把游戏本身的技术，以及非游戏本身的外在技术看得同样重要——不光有好的算法与游戏规则，更强调如何借鉴并发挥影像视觉处理方法，如何加强游戏思想和思考上的厚重。

说的有点远了，现在还是回到《SPLASHDOWN》上。虽然本作非常注重片头的观赏艺术，但她最令人吃惊的看点，还是回到了技术的层面上。汽艇竞速抛开游戏性不谈，最重要的就是水的效果表现如何。由于PS2一直以结构复杂而造成开发困难，尤其许多效果需要软件商仔细琢磨硬件特性，再用软方法进行实现，所以早期许多游戏都不能从画面上"以德服人"。而现在PS2经过



时间的磨练，已经进入开发技术上的成熟期，许多潜在实力呈现出来。在这里的结果，就是游戏中水的效果以非专业人士(譬如说偶^-^)的眼光来看，几乎可以同《蓝色风暴》相提并论。无论水面反光的效果，还是飞溅的水花，都达到了在PS2上前所未有的高度。记得在PS2版《VR战士4》中追加的一个场地中，曾经有效果非常惊人的水池，但那毕竟只是"一池秋水"，无论从水面面积和复杂程度来说，都无法与专门在水中发生反应的水上竞速项目比。而两者对水处理的细节竟是非常相似，让我难免产生两者之间有鬼的怀疑。

不过《SPLASHDOWN》的水处理和《蓝色风暴》相比仍有不足之处，其主要差别是在《SPLASHDOWN》里的水感觉虽然细腻，但还比较单薄，不像《蓝色风暴》里层次丰富，对水下景物透明表现一流的水平还是让前者汗颜。

当然，非常细节的部位不是普通玩家注意的，相对而言，《SPLASHDOWN》在竞赛氛围的制作上要更丰富一些，而《蓝色风暴》并不太注重环境氛围，虽然技巧性和难度安排上绝对胜过《SPLASHDOWN》，但这又不是普通玩家想注意的问题。

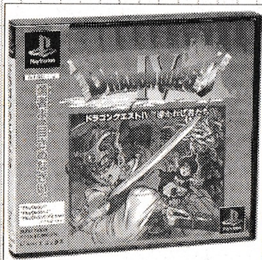
7 勇者斗恶龙4 复刻版

机种:PS　厂商:ENIX
类型:RPG　发售日:2001.11.22

文/北京 罗剑锋

体会真正的勇者精神

除了在2000年才发售的DQ7外，DQ4一直是『勇者』系列中唯一坚持不做复刻版的作品。不过，这个FC时代最优秀的作品最后还是逃不过被复刻的命运。只是3D化后，它更好玩了吗？



“勇者斗恶龙”可以说是笔者心中永远的挚爱，超任上的1＋2、3、5、6都玩了个熟透，但唯一可惜的是FC上四代一直无缘得见。感谢ENIX，历经十年的沧桑之后终于在PS上推出了它的豪华复刻版，当初的传言(二〇〇〇年初时传说ENIX打算在PS上复刻“勇者”的前四代)总算没有完全落空。为了迎接DQ4的发售，笔者又借此机会新买了台PSone，足见对崛井先生的尊敬了吧(笑)。

作为“勇者”系列，内容精彩是没得说的，在FC版本的基础上加入了很多新鲜要素，可玩性极强，去除了逃跑八次和赌场代币的BUG(可恶啊……)，增添了移民之村、怪物图鉴、称号和勇者系列惯例的隐藏迷宫、BOSS……而且最终BOSS死亡比萨罗也可以用了！说是个全新的DQ绝对不过分。复刻版利用DQ7的引擎把画面提升到了次世代水准，令人惊奇的美丽。3D的画面却不失勇者的原味（不过本人还是偏爱二维的勇者），仍然有着传统的温暖风格。战斗的画面表现尤其值得一提，比起FC、SFC版进化太多了，各种魔法的效果非常棒，メラゾ　マ、バギクロス等高级咒文更是运用了3D效果魄力满点。同时怪物们的动作也十分的流畅，看起来简直就是享受。



DQ4的情节布设在整个“勇者”系列中算是比较有新意的，即使在其他系列的RPG作品中也不多见。整个游戏按章节划分，每个章节分别由不同角色来完成冒险，并在最后完成战士们的大汇合。游戏剧情的发展相互独立又有着一定的联系，没有什么太多的修饰，没有豪华亮丽的CG，却同样刻画出了个性鲜明的角色——强壮耿直的战士莱安，天真任性的公主阿莉娜，梦想成为世界一商人的特鲁内克，蒙巴巴拉誓报父仇的两姐妹，身负毁家灭族深仇的勇者，还有略带悲剧色彩为了女友而报复人类的死亡比萨罗……

游戏不同部分相互独立又前后承接，而每个故事都有它迷人之处，一个个小故事宛如清泉一样沁入玩家的心脾，让人在不知不觉中陶醉于其中，并且把一种平平淡淡却又韵味十足的感觉传递给了我们。如果不是看到游戏界面，真的就像掉进了童话之中。

在DQ4众多角色中，最值得一提的是武器店商人特鲁内克。第三章中为了赚钱而整天忙忙碌碌——打工、探宝、买卖货物……生活是充实的，而且逐步走向家财万贯的感觉也真是好爽啊！相信乐衷于此道的很多玩家大概也和我一样在第三章中乐此不疲地挣钱吧。也许正是看中了这章中特鲁内克游戏的独立性趣味性，ENIX才会让他专门出现在1993年的《不思议迷宫》中，也就有了以后的风来西林（扯远了……)。

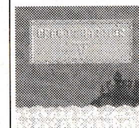
有人说DQ过于冗长，说这话的人可能是没有真正玩过“勇者”，这实际上只是他们的心理感觉和道听途说罢了。实际上打穿DQ并不需要太多的时间，我把DQ4完全爆机（最终BOSS＋隐藏BOSS）只用了36个小时多一点，也不过是一般RPG的标准通关时间吧。DQ4的难度感觉并不很高，根本无需刻意炼级，本人通关的时候勇者LV只有39级，爆机后接着就打隐藏迷宫和隐藏BOSS，居然也一次通过，LV也只不过才42，反而颇让我有些失望——隐藏BOSS就这点本领吗??很怀念DQ6、DQ7的隐藏BOSS啊，强的厉害……现在我没事就调出记录来打最终BOSS来自娱自乐，呵呵，虐待BOSS好好玩:)。





作为一款复刻10年前的游戏居然能把FF11挤下期待榜首位，而且也闯入了游戏排行榜和累计榜前十，可见“勇者斗恶龙”名声不坠。顶着“国民RPG”的头衔再加上大批死忠，发售短短几周就轻松达到了ENIX预计的100万目标，这样的号召力是大制作大成本追求画面至上的FF永远也无法企及的。看着DQ的骄人业绩，坂口恐怕是羡慕得抓狂了吧(笑)。

PROFILE



有关FC版：1990年推出的FC版是DQ在FC上最后一作，所以完成度很高，而且也非常受玩家欢迎，销量达到300万。

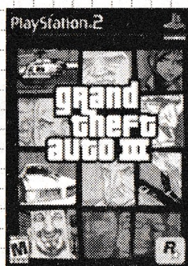
编辑部一句短评

整个系统基本没有大的改动，只是改用了7代的图像引擎，虽然仍旧不怎么好看，但3D化后趣味性确实又提高了一步。

机种:PS2 厂商:Rockstar
类型:ACT 发售日:?/?/?
文/假圣人

蛮不讲理背后的道理

东西方不同文化背景折射到游戏制作上，就造就了两种截然不同的游戏文化。西方制作者更倾向于技术和写实，喜欢营造虚拟现实。也许生活就是最有创造性的游戏，所以营造了真实，就创造了乐趣。



carnage, carnage, and, err……carnage.

当面对这样一款创意天马行空，质量优秀、场面大气而且火爆的游戏时，我觉得给它最恰当的概括，就是上面这句某国外网站打出的第一句话。

如果拿2001年日本游戏品质和销量的颠峰之作来比较，“横行霸道3”毫无疑问就是欧美市场的“FF10”。凭借PS2海量的市场基数，“横行霸道3”用它北美300多万的销量告诉人们，如今什么是美式游戏风格的真谛。

其实早在PS时代，“横行霸道”就已经是知名品牌了，尤其是PC市场，这个系列有相当多的支持者。不过，受硬件能力的限制，PS版“横行霸道”实在难以容纳制作者天马行空的想法，所以她实在“拙劣”的外衣让不少玩家对其嗤之以鼻。但是历经数年算是卧薪尝胆的等待，新作品有了翻天覆地的变化，其中原由除了硬件环境有了大幅变化外，还有什么新鲜理念值得我们思考的呢？





作为一款限制级成人游戏，本作在强调营造超级自由的活动空间外，把噱头重点放在了暴力血腥上。描绘暴力一直是欧美游戏制作者的天性和优势，“横行霸道3”更是把这种想法发挥到了极点。暴力不一定要杀人，要血肉模糊，把一个人放在都市里恣意妄为的行动，这种想法本身就是对暴力宣泄最重要的阐释。想干什么就干什么，没有系统上的强制局限，但玩家是只有肉身的普通人；可以放肆地对待任何人，而只有虚拟的执法者与游戏者平等的对峙。这种“轻松”的环境本身，就是滋养“暴力”的温床。有了这种异想天开的预想，加上硬件可以提供足够的基础支持，开发者要做的就是如何让这个环境变得更真实、更刺激、更让人有满足感。



其实越普通真实的环境，越能刺激破坏的欲望，因为眼前看到的都是平常被道德，被制度保护而不能摧毁亵渎的东西，当它们的存在失去这种保护后，在虚拟的反差中，是谁都会发泄得更痛快。

所以，创造真实就是最关键的环节。

尽管开始我就一直强调《横行霸道3》在硬件性能大幅提升的基础上有了翻天覆地的变化，但她的出色绝对不是你瞟上一眼就能感受到的。与《VR战士4》、《保镖》这些游戏相比，《横行霸道3》画面纹理细节渲染处理上的精细程度绝对与他们不在一个档次。但如果我们能够看到游戏是发生在一个现实而又面积广阔的都市中时，我们当然可以理解在这个庞然大物中的每个细节不能有完美表现的理由。

城市就是城市，如果你操纵主人公在这个世界走上几分钟，你就能和我产生同样的感觉；而如果你对欧美风格有一点兴趣，那你肯定能感受到PS2强劲的表现力——每个建筑物和每个街道，甚至到每个街头的“零碎”（什么垃圾桶、自动贩卖机等等）明显不是用程序自动生成，而是采取类似“莎木”的做法，对不同物体都进行了不同程度的加工处理。当然，在《横行霸道3》中对局部细节的处理不会达到像“莎木”那样的变态程度，这其中有很多欧美和日本游戏制作和欣赏习惯的问题在其中。我有个玩过《横行霸道3》的美国朋友对游戏中的场景赞叹不已，在他看来，游戏中庞大的场景和眩目的光影，不同车种有不同的马达声，就足以吸引他的目光。而这种要求在日本同行看来，似乎实在简单粗旷了些。这从当今电视游戏和PC游戏大体风格上的区别表现得也很明显。熟知两道的人应该非常明白，日本人即使是在PS这种过气机器上精细到螺丝钉的耐性，恐怕很难被欧美PC同行理解，而像QUAKE这种以图像夸张著称的游戏中，我们也很难在细节上跟日本同级别的游戏相比。欧美强调光影眩目，强调更新更强更有效率的3D技术；日本则即使拥有高级的引擎，也不会放弃对每个细节的用心，包括每个砖块的凹凸与纹理处理，每片装甲的反光特性等等……

“横行霸道”表现给我最明显的一点，就是这种东西方游戏制作理念上的不同，所以总是有点遗憾的抱怨，为什么不能在“偷车”的时候给我多一点情节和节奏上的细节，让我好好享受享受。这种想法对大多数中国电视游戏玩家来说都容易产生，因为我们毕竟主要是受日本游戏的熏陶。不过中国对文化包容的胸怀一直都是宽广的，而且现代中国的文化一直受到外界的，包括东洋和西洋很多的影响，所以在接受西方思考模式的时候，很多人都表现的很从容，这也就是我为什么能特别投入这款很西味游戏的一个重要原因吧。

9 鬼武者 2

机种:PS2　厂商:CAPCOM
类型:A·AVG　发售日:2002.3.7
文/HANSIR

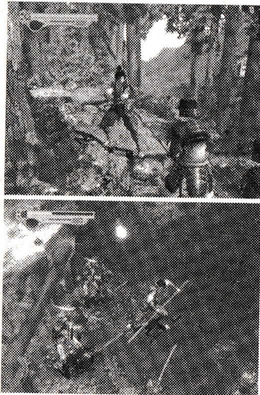
哎！又是一张王牌

迎合时代的口味，制作创造潮流的产品，是一个企业不断获得前进的动力。在游戏圈子里也是这样。CAPCOM是一个典型的代表，而『鬼武者』就是这种理念驱动下的结果。2代的它，又是靠什么来打拼天下的呢？



如果说《鬼武者》是时尚引导的成功突破，那么其续作无疑为CAPCOM确立了一张新王牌，这一切现在已经被销售数字所证明。

早已厌倦了枯燥乏味的传统ACT和AVG的新玩家似乎更乐于尝试像《鬼武者2》这样既保留了一般ACT的爽快手感又不失前作风格的重量级作品。而这其中重要的因素当然是明星效应，无论是金城武还是松田优作在日本乃至世界范围内都具有相当的号召力。在日本国内对于"鬼"系列的口诛笔伐亦不在少数，最具有代表性的观点当然是：CAPCOM在商业利益的驱动下，已经在游戏业迷失了方向，他们根本就不会制作一款真正意义上的游戏。其实这样的争论随处可见。但事实可以简单的证明一切：在前作成功的突破百万以后，大众显然已经接受了这种以"明星领衔主演"的游戏快餐，接受这种作品的群体也显然不是十分专业的资深玩家，而是平时经常使用PS2观看DVD的非玩家层。在公布续作将由日本大人气演员松田优作领衔之后，无疑加深了他们对本作的期待，而后，《鬼武者2》的销量果然再次轻松突破百万……简言之，推动电子游戏发展的因素之一是人们前导意识的增强，或者说是由时尚引领的一种亚文化的形成。另一方面，厂商也会积极从成功的作品当中吸取有利于产业发展的积极因素，这样一来，他们就可以轻松的抓住一部分非玩家，从而稳固了相当大的一块市场领地。



说到《鬼武者2》本身，不得不叹服CAPCOM在游戏制作理念上的独到见解。同样属于游戏快餐的前后两集作品，在风格上基本一致，但如果细化到游戏的每个部分以及整体感觉，那么《鬼武者2》就与前作不是一回事了。如果把今作从头至尾玩下来你也许会发现如下的变化：谜题个数与难度明显高于前作，爽快感有增无减，主角的动作增多，分支情节引入，合力作战系统加入，全新的道具交换系统等……从这个意义上来讲，本作完全可以脱离前作而成为一部全新作品。对此作品有体会的玩家也许会注意到：贯穿整个游戏的主要线索是"寻找五玉"，这不但符合一般AVG规律而且还具备了一定意义上的RPG要素，再加上其本身具有的无比爽快感和接连不断的"CG表演"，怎能不使得一位非玩家的驻足观看，而后便慷慨的买下此作品？



也许这就是CAPCOM的过人之处，他们可以轻而易举地抓住那些普通游戏者的心理，而后便以明星叫座，最终取得全面胜利。这个作品给人的另一感觉就是CAPCOM花费了大量时间用在设计剧情以及整个游戏的进行节奏，在一串毫无瑕疵的CG之后玩家往往需要面对强大的BOSS或者充满挑战的机关陷阱，而且还要经常注意敌人的背后进攻（本作取消了一代中的全方位防御系统），这更为游戏增加了几分挑战性，更确切地说是使整个作品的难度提升。

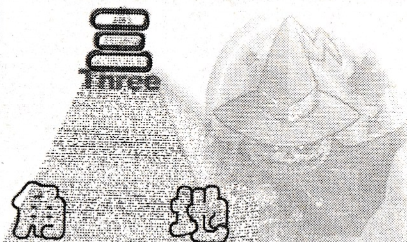
各种因素促成了《鬼武者2》的大红大紫，在前一段时间争论最凶的无非是"关于CG在游戏中的地位"，笔者个人的意见是：CG完全可以毫无保留地运用在游戏当中，这并没有什么不妥之处。虽然经常有人将"华而不实"，"虚华透顶"等词冠之其上，但是事实并不能对这些言论形成支持，游戏作品的进化首先要基于主机性能的提升，这一点是无可厚非的。而在此前提下，一般游戏者往往会追求他们所谓的游戏本质——即最直观的视觉感受。在精美绝伦的CG背后他们会有满足感，在通过一个游戏的所有流程以后他们更会有成就感。这就是问题的最关键部分，但《鬼武者2》却已经在此基础上实现了进一步的突破，游戏者可以在游戏当中发现控制不同的角色，而在其中的格斗系统，判定系统，以及他们所使用的华丽超杀。这些完全可以令一个十分"专业"的ACT迷所叹服！

总而言之，《鬼武者2》确实实现了商业价值与游戏本质上的双重突破，也无疑为CAPCOM树立了一张王牌，虽然制作组宣称《鬼武者3》将是整个系列的完结，但笔者认为最终的景象肯定是：CAPCOM再次向玩家道歉，而由新一位当红明星领衔的《鬼武者4》粉墨登场，销量再次创造奇迹…………

PROFILE

虽然2代的销售起初势头似乎比1代还猛烈，但结果却和1代非常类似——销量统计在95万左右停滞不前。虽然1代号称是PS2上会第一个突破百万的作品，但实际上在日本没有做到，而从2代重蹈覆辙的情况来看，这个系列的极限似乎就是百万以下？





三角地，北京大学学生课堂至宿舍之通衢。本无特色，因通知广告、街谈巷议、文学政论，随意张贴于此，遂暴得大名。以张扬言论自由的海德公园比拟，相似而不类也。三角地栏目，欢迎投稿，题材不限。持之有故，言之成理即可。

E－MAIL：3jd@sohu.com

花谢花飞飞满天，红消香断有谁怜……

林黛玉"葬花辞"开篇的这两句，不知倾碎了多少怜香惜玉之心。而现实之中，在一些刚刚从黑色七月里逃出的年轻人中，不知会多少同样的心境产生。读一读另类的七月感受，看一看游戏的黑色冲击，也许会心一笑万愁消……

本期导读

RPG与黑色冲刺

文/成都 魏萍

——谨以此文，献给那些已经经历过，正在体验着，或是即将感受到那个黑暗岁月的学子玩家们。

那是一段暗无天日的日子，那是一个终身都无法忘记的回忆，被命运召唤（笑）的我们济济一堂，开始了黑色七月的疯狂冲刺。很佩服自己当年异常丰富的想象力，能够将高考冲刺与RPG这两样绝无相干的东西联系在一起，这至少足以证明我是年轻而富有创造力的。这方法虽不值得广泛推广，但至少可以让大家在苦涩中一笑。

新年伊始，所有的勇士都聚集在高考的圣堂前，默默擦亮了手里的武器。

OPENING

NOW LOADING‘‘‘‘‘

路上我们飞奔的身影在刺耳的铃声中冲进教室，开始一天新的剧情。

各科TEACHER大可看做NPC，诚惶诚恐地听着并跟芭月学好把重要的东西都记在笔记本上——不要过度信任自己的大脑，这东西的容量限制就像PS的记忆卡不能超过15格。不过万一漏掉了重要的剧情……上办公室吧，如果NPC心情好可以为你重复一次……

NOW，开始战斗！NPC的一大特点是知道在适当的时候给你留下一些不太难但也不算简单的MISSION。牛刀小试而已！练级的过程虽说有些枯燥，想想LV UP也是一点点EXP的积累，算了，忍忍吧。记得要自己亲自动手，抄人家的作业就跟读了别人的记录卡一样，不是自己的东西，没用的。

当然，更不要在高考的时候指望金手指……

NOW LOADING……

沉重的音乐，校园全景，镜头切换！Teacher抱着沉甸甸的白色物体踏着缓慢的脚步踱进教室，激昂的乐声响起，切入3D战斗场景，一分钟的演示动画，黑板上的说明文字。模拟测试？懂吗？！哥们，考验的时候到了！

一般性的BOSS战不用太紧张，何况现在的大纲都要求了不能把勇士们"考倒"，主角不能半途死掉的行规NPG们也不会不明白。——我只记得当时一模二模一直做到了六模，到底是不是一次比一次更难也不清楚了，虽然攻击力都不算太可怕但唯一要提防的是做到后来越来越容易出现一种称为"睡眠"的异常状况，简直极大地影响了战斗的效率和效果！恨！

末了，结果发表。有人是在哪里跌倒就在哪里爬起来，还有人却是在哪里爬起来就又在哪里跌倒。默哀，成长的路注定是艰难的，生命不能SAVE/LOAD，所以每次机会便要倍加珍惜。

漫长的日子就这样一天天地挨过来，世界也一天比一天黑暗，6月一过就好像进入了最后的DISC，剧情是没有的了，练级，练级，LV UP成了唯一的目标。勇士呵，最终的命运之战就在前面等待着你们，该是出征的时候了！

检查装备，防高温，防蚊虫的道具一定要带好，出门时只恨不能在家门前放上一个SAVE点以防万一。踏进最终BOSS的城堡眼前已是黑压压的人头，镇定，镇定，虽千万人吾亦往矣！混乱，迷惑，暗黑，即使开始的时候手发抖也都是最容易出现的异常状况，只要别出现忘记写上准考证号这样的重大错误就成——那样的打击绝对是即死型的，毫无回转余地！BOSS语文，历史，政治几种形态的HP都不太高，基本上无重大恐怖招数，横竖一阵狠砍就得，只是听说最新版本追加了新的姿态——地理，不过看来也不是个狠角色。稍微麻烦一点只有数学（当然就文科而言），动不动就放大招，颇为考验心理素质。

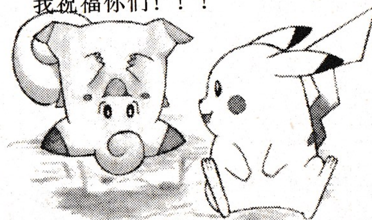
两天，真正昏天黑地的两天，埋头奋战的两天，所有的努力都是为了今天的放手一搏！生命不是游戏，我们无法以超脱的心态来面对它，但至少可以用一种表面的调侃来减轻它沉重的压力，生命有时候又如同游戏，经历，成长，LV UP！今天而言，高考就是黑暗世界的最终BOSS，明天而言，我们的奋斗方向又在哪里，生命就是一场漫长的RPG，只要人生还在GO ON，剧情就永远不会完结！

一直对RPG的NPC怀着莫名感情。现实中，我们又何尝不是作为过客在彼此的生命中穿梭。又想起了莎木，想起了凉生命中无数的过客，虽然我们注定要走，但我们来过，真的来过！

扯远了，又到了一年一度的黑色季节，蛰伏了一季的三勒浆似乎又匆匆赶来，让我想起RPG中无处不在的道具商，笑。

最后，希望今年的勇士们能够顺利地PASS，等待你们的，是两个月漫长而迷人的ENDING！

我祝福你们！！！



“盗版”不负责？？ 文:TKOKS

看了十二卷《游戏批评》“三角地”里面，彩火君在解释为什么游戏的译名良莠不齐时打了个“不恰当的比喻”——“谁又能要求盗版者提供商品的售后服务呢？”

其实这个比喻确实不恰当，因为在我看来很多时候盗版的售后服务在很多时候要比正版好多了。

在街头，在天桥，在店里面买过D版碟的人大多都经历过这样一番类似的对话：

“老板，这碟多少钱一张？”

“5块钱一CD。”

“那好，就拿这两张。哦，对了，如果碟读不出来的话，可以拿来换把？”

“没问题。只要是这里买的，如果确实读不出来的话，都可以包换。“

往往在你买完一张碟（专指盗版），如果有问题拿去换的话，一般都可以满意的换到一张新碟。哪怕你觉得自己买的这碟不好或者不好玩，想换一张，那随便找个理由搪塞一下，最多接受老板一两句盘问，其结果一般都还是顺利如你所愿的换得到。

然而，相比之下，你买了套正版，要想获得满意的包换，就要麻烦的多。首先，买正版要有很强的心理承受能力，最好有视死如归的精神——因为如果让别人知道或者看见你在买正版的话，往往会得来以下几种感叹：“这小子怎么这么傻冒呀，居然买正版？！”、“真是路有冻死骨”、“你是白痴？还是爱国爱疯了？”（这个声音一般来自于自己同学或是朋友）。这让我不得不和这样一句话联系在一起——“高尚是卑鄙者的通行证，卑鄙是高尚者的墓志铭”。

好了，现在我们下了若干决心并躲过若干风言买了正版，接着就要考虑买些什么，这又值得琢磨一下——肯定该买些超值的，否则买正版做甚？买CD多的，炫耀一下。现在大作多是号称“4CDXX元”，一般这个XX元再除以4都是几乎可以让你接受，或者可以跟盗版相媲美的。但往往这个4CD里藏的无数玄机令人乍舌。前不久出的《寻X记》，很不幸地发现第4张CD只有8M容量，本来3CD装下的东西，却偏偏留个尾巴给4CD的名声。也许你会立刻联想到伪正版，于是马上满脸严肃地找出《消费者权益保护法》准备去找BOSS义正词严地理论一番，顺便要来双倍赔偿的时候，却让你不幸地发现绝对没有比这更正的版了。这也许不过是无意间的BUG，不过还有更恐怖的。也是前不久出的《神XX侣》，游戏还没有上市，补丁就出了，据说最新的补丁已经推出到了1.09版（也许是我消息闭塞吧，这不过是几个月前的数据）。如果你又不幸地本着对金庸的喜爱而爱屋及乌地玩上那款曾夺得某国际大奖的《xx群侠ONLINE》，那你耐心地等着每次进游戏的时候都更新一次资料吧，虽然这款游戏当初你买的时候不过花了9元钱，花9块钱买的一个刚推出时完成度不过30%的东东。

但愿这些只是偶然罢了。

最后，买了碟，那就玩呗。接着售后服务问题接踵而至。先恭喜你再享受一次折磨吧。买套游戏里面少张CD（因为用盒子密封的），拿去理论——“不会吧？是不是你（小子）不小心弄没了，（然后在这里无理搞乱？）回去找找先吧！”你继续信誓旦旦的说绝对与己无关，但是经销商马上会告诉你这与他无关，要找找厂商去；好的，去信一封咨询一下先，等上半年得到回信说要你把游戏寄回去以更换，然后又等上半年，崭新的包裹到了你面前，运气好的话映入眼帘的或许是封致歉信“谢谢您使用我们的产品，由于我们的工作失误给您带来的不便……”不过估计到这时候也许你已经忘了自己还曾有过这么一款正版游戏！

至于买了正版却发现缺少CD-KEY，或者打电话去游戏公司咨询，却被咨询人员搞得更昏的事情是屡见不鲜。我有个同学亲身经历过，半天电话打下来，说声“再见”才想起打电话是要咨询什么问题来着？

这种售后服务比起“包退包换”的D版碟还真是差远了。可是，长此以往我真不知道除了无奈还能干什么，估计也只有那些穷得只剩下钱的人才只会买正版。

中国游戏很大程度上是些不负责的厂商搞臭的，导致一臭再臭坏了一锅粥，当年的《X狮》莫不是始作俑者，还有现在的那些BUG大王，也在逐渐的踏上不归路。这样下去，还有什么前途？？

都说“我用正版我光荣”，可这样的正版，我光荣的起来吗？



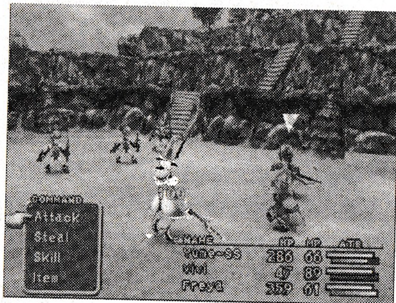
文章一通看下来，心情从有点轻松变得越来越沉重。我了解作者对厂商一些短视做法的不满，但我不能不扪心自问，是否中国社会的软件道德和良知已经从人们内心彻底败坏了？如果买正版就要被嘲弄，而在盗版面前没有丝毫愧疚之情的话，那我们只会用短暂的快乐换来长久的痛苦。

都是利益惹的祸？ 文:木目

史克威尔又回到了任天堂的“怀抱”，对我来说早是意料之中。当史克威尔频频赔本而各游戏厂商跨平台合作炒旧饭成风的时候，就知道会回到任天堂的旗下；看到了山内老先生的拒绝，也预见到了迟早还会看在钱的面子上再次接纳史氏。或许史克威尔回任天堂是因为索尼要“联合”制敌吧！这些商业上的策略源于这些商家的原则，自然是为了自己的某种利益。我们玩家希望自己喜欢的游戏厂商能做出好游戏的愿望，在实际上显得有些一厢情愿。

史氏和任氏的合作已经使我激动不起来了。若干年前，作为任天堂的拥护者，我对史克威尔的背叛大骂不已，可现在看来，那些举动真是可笑。回想那段历史，在任天堂的统治下，再出色的史克威尔也只是个附庸，要摆脱这种境况，必须离开任天堂。然而，到了这个阶段，我们得到了一点启示：太过自负的电子游戏公司始终无法摆脱平台商的控制。他们再次合作的实质很铜臭，觉得伤了玩家的感情。两者都已





不再是原来的自己。就算任天堂一直用N64树立自己“游戏本质论”的光辉形象，也不能改变它的商业本性。看了这些，真是愈发让人怀念以前虽然也硝烟弥漫，却很纯真的时代。

技术的快速发展带动了游戏的发展，这也是好事，也是坏事。我爱史克威尔的CG，但她的堕落难道和它一点关系也没有吗？GB上的《圣剑传说》让我认识了史克威尔，至今我仍然非常喜欢这个游戏。在2D时代，史克威尔美工就已经出类拔萃，除了游戏性，这点也是吸引我的地方。从2D到3D，史克威尔一直走在技术前沿。无论是light player，还是资深玩家，大家对其品头论足无非是希望史克威尔能做出更好的游戏。史克威尔看市场，看行情，出于商家的身份这是无可厚非的。然而发展到今天，却越来越令人失望。史克威尔在《最终幻想7》的成功中开始偏离航线。原来是辅助游戏性的观赏部分，变为替代游戏性的主干，这似乎是史克威尔急于求成的结果。史克威尔早就开始“全球化”扩张。凭《最终幻想7》登上国际舞台，她开始兼顾日本和欧美的市场。像《最终幻想8》就是一个很国际化的产品，就情节来说，我个人认为很俗，但较那些色彩浓重的欧美RPG，《最终幻想8》的感人情节就成了一个亮点。可惜史克威尔在疯狂发展CG技术优势的同时，似乎并未认识到CG不是十全大补丸。从《最终幻想9》上就感到了史克威尔的疲惫。《批评》上曾登过这样一则消息，说《最终幻想9》获得了什么奖云云。而在消息后却加上了“FF9在全球销量也达390万套，与DQ7成绩不相上下”这么一句话。可惜《最终幻想9》全球销量只抵《勇者斗恶龙7》日本销量，这真是史克威尔的无奈。

所做的努力没有得到预期的回报，史克威尔最初对游戏的追求到头来也不过成为商业的泡影。为了维持一种状态，史克威尔也只有多平台发展。而《最终幻想》电影版票房惨淡又是个无情打击。其实凭史克威尔纯熟的CG技术，完全有能耐在3D动画影视界大展拳脚。但在巨额资金的压力下，史克威尔的小心翼翼反成了一种束缚，俗套的剧情，叫人难以想象出自史克威尔……现在的史克威尔需要的不止是资金的援助，应该认真反省了！

很怀念以前的史克威尔……只是怀念而已，不知道该对史克威尔的未来报以怎样的期望，有些麻木了。我们也无法预测如今的形势会往那个方向走，只有默默关注。也许会有这么一天，又突然听到史克威尔加入微软的消息。



其实一生是刹那
也许瞬间是永恒

人总觉得失去的才最好，可就像歌中唱的“风依然是风，海依旧是海”，或许没改变什么，改变的只是自己。

游戏？游戏！

文/草草

游戏是我从小就渴望的东西，是我一直不懂的东西。它到底是什么。

游戏世界，我怯生生地走进这个领域，只看到老鸟们呼啦啦飞来飞去。

天花乱坠的景象搞得我头晕脑涨。我解释说，他们很忙碌，他们都在为游戏奋斗。但我真希望他们能停下来看看我看看游戏的未来。花花游戏世界无限大，有人哭有人笑，好像只有我傻傻的站着，傻傻的笑。而我来只是单纯的被游戏精神吸引。RPG，格斗……人性的所有面在这里被人扩大，提纯。我们享受着，享受今生得不到或不可能得到的。所有的玩家在这里放纵自己现实中压抑的、渴望的、梦想的……我们放纵着自己的情感，体验各色人生。但我们却更迷茫了。知道的太多顾虑更多。退缩，举步不前，回避，心墙，我们都 慢慢学会了。那些老鸟们大概也忘了游戏的初衷了吧。游戏被给予了更多非游戏的因素。商业化，泡沫经济……老鸟们忙着赶文章，赚钱，做网站，划分领地。偶尔，在我们通宵达旦的爆机后冷静的退出这个世界，也许我们能得到比欢愉更多的东西。

真理一直摆在面前，恒古不变，但它太简捷，太枯燥，能直接刺激我们感官的东西往往遮住了我们的双眼。

我们是因为游戏聚在一起的孩子。前辈们，我们仰望着你们，我们需要你们来指点迷津。我们站在浓雾弥漫的港口，我们不知道身在何方，亦不知该往何方。

而我，今生今世只想取一份游戏的真经。

我们的路

我们是游戏一族，现在是年轻的游戏一族，将来是游戏的支柱。但是现在的我们，将来怎样谁也看不清。但我们都想为中国游戏业出力，我们不想只做纯玩家，我们想为中国游戏业打造一片蓝天让更多的人在蓝天下体会游戏。

但是，我们迷茫！我说过。也许是我孤陋寡闻，也许是我被关在象牙塔太久，找遍了所有杂志、报纸，我只看到了网管、MBA、网络公司，但没找到我们的出路。于是我跑到林子里。虽然“林子大了，什么鸟都有”，虽然老鸟们都显得各安其所，但是忙碌的他们都没注意到小小的我。小小的我，想要飞，却总也飞不高。我不能飞到枝头来见你们。

而后，我留意到了我们将要去，仿佛也是必须去的地方——大学。大学包罗万象，应有尽有，只是缺了“游戏”，没有我们想读的专业。我们的父母，老师，高高在上，我们不可以违背他们。我们在梦想与现实的夹缝中挣扎。游戏真的没门了吗？

身边的朋友，一个个都显得很颓废，他们说他们看到的都是灰色的天空。灰色是不应该属于我们的。有时绝望了，就总觉得，我们的梦想就像神一样，高高在上，我们捧着祭物，却找不到我们的祭坛。



用我回信中的一段话来总结：

先别想未来如何拯救中国游戏，而是现在提高自己。实现游戏梦想的路有很多，有能力有机会，就去大学深造自己，无论实现抱负还是塑造人生，都是最好的舞台。

“功夫在诗外”不是一句空话。

读者来信

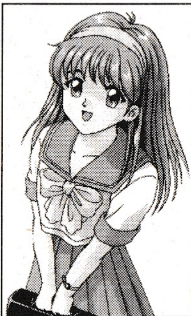
欲言堂

新堂主“火火”火火登场

虽然我是初来乍到，但对“欲言堂”已经停办多次的情况十分了解，并为“游戏批评”的热心读者大鸣不平。我来之后，虽然不才，但一定做到让各位能有体贴的感觉，其它杂志读者能享受到的，在这里我会让大家得到更好的享受。



可爱妹妹的来信



我是个高三的女生，对游戏并不精通，甚至是个“游戏白痴”，但《游戏批评》我每期必读，且几乎一字一句认真阅读（除第一期外），因为我是一个游戏迷的妹妹。

知道吗？扮演这样一个角色实属不易。我的哥哥是看了《电子游戏软件》上的介绍才买这本杂志的。第一次看到就爱不释手，每次打电话给我都对其中内容赞叹有加，还极力推荐我看此书（不管我愿不愿意）。为了不造成聊天的冷场，我无奈地看起来，渐渐我也喜欢上这本书。虽然我没有玩过什么游戏，但为玩家们的痴心感动，被游戏的情节吸引，也渐渐理解了哥哥的这个兴趣。原先哥哥在家附近的书店买这本书，没多久，书店搬了，上海很少有书店卖这本杂志，偏巧我学校对面的书店有卖，于是我便承担下买杂志的义务。开始时，《游戏批评》出版得还算准时，可近半年来，周期延长且不固定，这可害苦了我。哥哥为了尽早看到杂志，每天一个电话催我去买，听到书没到的消息就很失望，而我为了不让他失望，每天两次去书店问，暑假不读书也要勤去。有一期，如果没记错的话应是十一或十二期，书店老板说上海没有到货，于是我哥哥只好邮购。因此我想提出我的第一个建议——能否不要厚此薄彼，在上海市场上发售的快一些，而不要等《电子游戏软件》上做多次介绍后才能买到？还有出版周期能否相对固定一些？

想要提出的第二个建议是——能否提供一些条件，方便玩家之间讨论，我哥哥总报怨平时缺少志同道合的朋友，看了杂志看感叹其他玩家怎样怎样，怎么怎么好……

现在他最大的愿望是能拥有一台PS2和多一些正版游戏光盘，为此他努力存钱，我也答应尽力帮他，实现心愿。

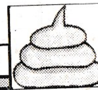
好了，写到这里，已很多了，不好意思再打扰下去，报怨感叹些什么。

忠实读者 Violet



看完来信的朋友应该相信偶的人品了吧，我可不是靠“美色”来评判来稿的人哦！不过推心置腹地说，Violet 字里行间流露出的真情，确实让埋在信堆里的火火出奇的心动。读罢此信，本有千言万语，但到嘴边却只能挤出一句废话——多好的妹妹啊……

火火的肺腑“屎”(实)话



说你好你就好 是啥都好

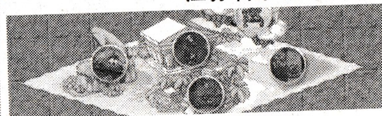
我觉得现在《游戏批评》看重文章的内容很好，我喜欢看一些值得去读的东西，不像有些杂志出版后一点可读的东西都没有；我觉得开本这般大小很合适，拿起来很方便，如果太大的话总会担心放在这怕折了，放在那占地方什么的。还有我觉得《游戏批评》很有个性，还是那句话，整本都是可值得读的东西，真是让我爱不释手。我希望多一些人物专访什么的。希望你们能越办越好，在新的一年里更上一层楼。

北京市马家堡 孙璐（女）

任重道远 前途无限

创办一本杂志难，办好一本杂志更难。在《电软》编辑部所出的所有杂志中，《菜鸟通》的停刊是件十分令人惋惜的事情。我不知道停刊的原因是什么，我只知道《菜鸟通》是本很好的杂志。现在的《游戏批评》能够出刊十几辑，这本身就是件令人高兴的事。希望《游戏批评》能继续办下去，并且越办越好。

江苏省淮安市 冯斌

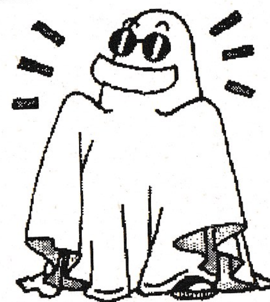


我的游戏情结

以前有一段时间，曾对游戏失去了热情和信心，因为游戏影响了学习，所以就放弃了游戏。可现在想想，过去最快乐、最宝贵、最难忘的记忆都是与游戏有关的，因此又不得不重新投入到游戏的怀抱。人生最大的幸福莫过如此。

游戏也许会给你带来一些麻烦，但能在游戏中感到快乐，这就够了。

上海市杨浦区 陈沅





游戏批评啊游戏批评，为什么你总不能按时出版哪！

引起勃勃众怒的大问题在这里要让所有珍爱“批评”的朋友好好吐吐口水

好长啊！等待《批评》真的是十分漫长。现在的《批评》已经由原来的一月一期，变成了不定期，其实就是两个月一期，出版周期已经是杂志的一个主要弊病，要注意呀！如果不能改善一下情况，恐怕连我这个《批评》的忠实Fans都要忍受不了漫长等待而离你们而去。

吉林省白山市 梁烨成

你们可真是让人好等啊！这一期杂志也太让人久等了吧，自从买了上一期杂志就一直期待着这一期的杂志。不过还是很欣慰的，因为一度以为会停刊，吓得够呛，现在拿到了书也就松了口气。

北京市 温德华

可恶！国内的第一本专门针对游戏评论的刊物，居然是由现在对待时间观念最淡薄，让人又爱又恨的《电软》杂志编辑部来出！通常我在当地买到的《游戏批评》不是第一本就是最后一本。

广西 陈展翔

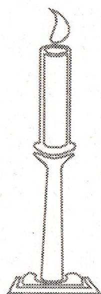
“有则改之，无则加勉”，是一种面对批评的态度，我慢我就赶，我笨就先飞。火火在这里顶着口水先向大家的“批评”道一声——“谢啦”！

《游戏批评》似乎还存在着许多问题。首当其冲的就是她的出版周期，月刊几乎快变成了双月刊或是三月刊了，我估计是稿件的来源渠道非常狭窄吧，毕竟网上以及一些港台电玩杂志关于这一类的水平非常高的极为罕见。可是数量极为庞大的《游戏批评》读者，你们似乎还没有很好地团结起来，能够让读者参与的栏目很少。还有，反馈卡最好能印成明信片或是折叠信封的形式，夹在或是印在书里，这样就方便多了。《游戏批评》的编辑似乎都太爱做幕后工作，至少也应找个机会露下脸吗！

河南省周口市 赵威

其实，做幕后英雄更是一种修养的体现啊！——火火

小编仔细听我说



自从《游戏批评》创刊以来我每期必买，因为她使我更加深入的了解游戏的内涵，我个人认为她的定位应在游戏爱好者这样一个高度，因为她是写给GAME FANS看的，希望不要太过肤浅。应与《电软》不同，《电软》是适合各种阶层（指游戏阶层）人看的。因此希望《游戏批评》能多刊一些游戏制作内幕，游戏内涵讨论。而游戏评论则应短小而精悍，每篇应着重讨论评论价游戏本身的艺术性，应与《电软》的GAME BAR中的游戏点评相区别。

新疆乌鲁木齐 尹晓伟



游戏批评啊游戏批评，为什么你总不能按时出版哪！

引起勃勃众怒的大问题在这里要让所有珍爱“批评”的朋友好好吐吐口水

苦中作乐

“跑”刊的出版周期到底是怎么回事啊！能不能给我们定个期呢？当然，前提是给我保证质量先。后话——因为不定日期，导致我那的杂志店老板在我离杂志店100米时便大叫：“小伙子，《游戏批评》还没有来，啊哈哈哈哈！”其笑状犹如狂舞不返的八神（我怒）！！

云南省昆明市 马瑞奇

可以理解

《游戏批评》几乎是唯一一本我能从头到尾全看完的杂志，而且每期必看（第一期没见过）。几乎可以当作游戏制作者的启蒙教材了。没有一定电玩基础的人根本看不懂，而且文章有深度，权威。我虽对出版周期不太满意，但如果是为了确保质量，慢点就慢点吧。

山东 王名顺

愤懑欲绝

你们好！我从贵刊第一期出版开始就始终坚持购买，但我实在觉得贵刊出版的周期是太不固定了！要想尽早买到，只有经常往书店跑才能保证。为了少点这样的麻烦，我订购了今年上半年的杂志，但是贵刊不按时出，四个月只出了两期，这未免太……说句不好听的，既然难以保证月月都出，那干脆就别让读者按半年，全年订购了，我们不是在乎这几十块钱，但不能花了六期的钱盼望着，却只拿到三四期，心里这种感觉如何难受，不知你们是否能体会到的呢？

北京市石景山 赵杰

大家的烦恼，我们并非不体会，而且我们也深切体会到周期不固定对我们的危害，只是有时身不由己，并非是我们不想让大家看到自己努力的成果。其实，为了能尽早让“游戏批评”与大家见面，我们的小编已经付出了许多心血，并且尽量向一个半月出一期的目标努力前进，希望以后大家能看到我们的承诺如何实现吧。

小编仔细听我说

能否少登一些新的，如XBOX上游戏的评论，毕竟它这离我们实在太遥远了。我非常想看到次世代（PS、SS）上和次世代以前的游戏评论，因为有不少好的经典的游戏推出时，《批评》还没『生』出来啊！

河北 于斌

（不知是否所有朋友都同意呢）

对于每一期的特辑，最好先在前一本上有个预告，并且最好能是多个可选，让每人都能选出自己想看爱看的，再由杂志去做那个特辑，因为并不是每个特辑都能符合每个人的胃口。

江苏省吴江 杨晨

（杨晨？国足球星？签个名先。）

你的建议很好，我们准备实施。

哎哟！这儿又是一个错……

我有毛病你来挑

《批评》由于文字量太大，有时难免会出现一些排版上的失误，例如第二卷A25页上数第17行，“凭借……”下面的话到哪儿去了？类似的情况在这之前的杂志上面有发生，希望贵刊坚持一贯严谨的态度，“勿以恶小而为之”。若要成为权威，就是不会犯一般人所犯的小错误而一点一滴积累起来的。最后给《批评》的建议：做杂志一定要严谨，选文一定要慎重，质量一定要保证，选题一定要广泛，评论一定要客观，文章一定要有深度，还有价格一定要便宜。

辽宁省阜新市 臧金玲(女)

在《游戏批评》第二卷A的主机销售统计中，PS与GBC都卖出了230049台，GBA与PS2居然卖出的数量也相同，3354756是真的巧合呢？还是印刷错了。

北京市顺义区 刘博

（这个嘛，的确是我们工作失误了。在这里，火火向各位细心的读者道歉，并发誓尽快修正我们工作中的失误、马虎和错误。）

“批评”给我的感觉好像太老

我本以为在这本书里能找到94、95年《电软》的味道，结果我错了。她的确很不俗，在哗众取宠的今天，能做到如此一针见血的评论。可是给人的感觉就像是刚走了个喧哗的小贩、推销者、商人，又来了个板着面孔指责缺点的严谨老先生，虽然给人很威严的感觉，却又觉得像《武装雄师》一样难以亲近。可以说每次看她都在当成一种任务去耐心看完。真希望她像我8年前的《集中营》一样，是个平易近人的好朋友，幽默诙谐而又善解人意。

河北省石家庄 张煜冰

体悟『批评』



云南省昆明市 马瑞奇

记得刚买第一期《游戏批评》，看到满页字，我心想，《电软》怎么会出如此烂、没有彩页的破书？但为了那VCD，我忍。可回家细细阅读后，我流泪了，这才是真正的属于我、属于我们这些可算得上陪着游戏业，与游戏一起长大的『老』玩家的杂志。因为，这是国内唯一一本拥有高深度的书。（关于流泪一事绝非夸张，我很感性化的）

“批评”的朋友，你们了解的批评是什么呢？

火火告“游戏批评”读者的一封家书

自从接手“游戏批评”的工作以来，就不断有读者，甚至一些同行给我们传递着一个相同的信息——“批评”啊，独特而且很尖酸的名字。甚至经常有读者来信抱怨我们说：“游戏批评”啊！为什么我们很少能看到大快人心的批判文章，你为什么总是如此“软弱”，缺少鲜明的立场呢？

我可以理解大家对“游戏批评”的某种期望，也能了解大家对“批评”两字的看法。不过作为制作方，我们不是与大家作对似的故意保持冷静，只是用我们对“批评”真谛的理解，在做公正而且公平的工作。

片面地说，“批评”确实是有挑刺、戳指不足、甚至略带漫骂口吻的一种评说方式，但它的本意并非贬义，并非指责。

从我们的理解来说，我们认为“批评”是中性的，尤其是客观的。站在“批评”的立场，关键是要尽量中立和客观地来看待事物。世间没有绝对的正确和错误，一种做法在我们看来是荒诞的，可能对去做的人就是合理的。“游戏批评”的根本就是要尽到一个媒体的根本责任，让大家能从不同角度，多重视点来看待游戏，而不是片面地漫骂和意气用事。

当然，我说的也只是一家之言，即使能代表“游戏批评”编辑部，也不能代表所有的读者朋友。在此，**我希望大家能来信说出自己对“批评”的看法，以及对“游戏批评”办刊方向的建议。**对此，希望大家畅所欲言，不管长篇大论还是只言片语，只要说得有理有据，均会得到我们的重视，也会得到大家的认同。

谈游戏

安徽省蚌埠市 段磊

游戏嘛

是用来玩地——

不是拿来骂地——

是可以不玩地——

但不玩是不行地——

拍拍马屁



江苏徐州 杨刚

秋风卷叶，业界萧条。现值得我出手的游戏杂志，天下绝不超过七本。有一本虽不能说最爱，但最独特。

游戏批评！

独特与喜爱岂非本就一墙之隔？

独特岂非更引人注目？

『游戏批评』与『电软』不同，它是严肃的。

因此它很独特。

游戏批评就是游戏批评。

电软就是电软。

那有没有游戏批评就是电软的一天？

有！

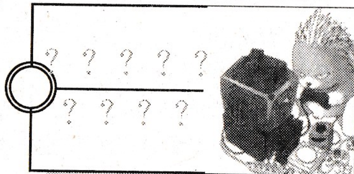
当它加入新闻、动漫、广告时。

但那时它已不再独特。

我也很悲哀地每月节约6.5元钱。

西方电子游戏发展史(之四)

原著 Leonard Herman,
Jer Horwitz, Steve Kent
翻译:Hansir 修订:Silence



SECTION FOUR 动荡时期(1982－1984)

电玩这样一种在 20 世纪 70 年代真正兴起的全新娱乐形式，起初并没有被大众列为一项普及的娱乐形式，而是作为某些公共场所的“豪华型”设备,被少数娱乐群体所认识。到了 80 年代形成产业化格局以后,“电子游戏”才被正名。人们在得到全新享受的同时也认识到了电子游戏的确需要一个“市场”。在 1982 年曾经成立过“美国娱乐通信协会”(AECO)，专门负责审批和规划整个美国的消费性电子娱乐市场。但是这个协会并没有因为官方的介入而火爆，在这个时期游戏业仿佛进入了一个休眠期。据当年的资料显示,1982 年内在美国注册的娱乐类厂商，特别是关于电子产品开发的仅有 13 家，这比上一个年度下降了 40%左右。如果仔细分析不难发现，80 年代美国正处于新一轮的计算机业革命，而且在半导体技术上也取得了相当大的突破，当时只属于从属地位的游戏制作行业面临了第一次动荡……

1982 大事主题:布西内尔离开雅达利

Coleco(美国早期厂商，曾经是 ATARI 的有力第三方支持,在 ATARI 平台上开发过几部射击和动作精品,代表作《特种部队》(ATARI2600) 等发布了本社的一台全新概念的电子娱乐器，名字就以本厂英文名字的名词形式出现——Colecovision。这也是一台以卡带作为存储媒体的主机，因为当时半导体技术的进一步突破，所以这台主机运用了当时最前卫的半集成电路构架。她也确实在美国市场火爆了一阵，这不单单因为它有良好的画面表现和出色的声音输出模块，更主要的是它有极为强力的合作伙伴支持，在当时已经享有极高声誉的日本大厂任天堂就是其中最强力的第三方。任天堂将其著名作品《大金刚》和另一部大金刚的原创作品移植到了 Colecovision 上,但任天堂随后又把这部原创作品做出了适当修改而在 ATARI 的 VCS 系统上重新推出,这使得 Colecovision 这台新主机的势头一度受挫。不过 Coleco 却十分聪明的在稍后时间推出了搭载在 Colecovision 上的转接设备,这样就使得 Colecovision 主机具有读取 ATARI 卡带的能力，所以在 1982 年度全年的销售排行榜当中，我们可以看到 ATARI 与 COLECO 的软件销量基本持平。而在美国游戏市场上也形成了两大硬件厂商相对立的局面,ATARI 方有 NAMCO 的支持，而 COLECO 更有 SEGA, KONAMI,UNIVERSAL 等大厂的强援。这也是自 1972 年以来 ATARI 遇到的最强对手。



Coleco 公司主机 Colecovision。

其它厂商在同一年也有所动作，Magnavox 在 1982 年与 Coleco 公司签定了协议,Magnavox 可以生产并且制造 Colecovision 主机的互换主板。另一方面 Magnavox 也积极制作 ODYSSEY 上的新作，在本年度业界萎缩的低靡状态下，Magnavox 还是推出了像《K.C. Munchkin》这样的优秀作品。这个作品实际上类似于现在流行的大多数音乐游戏，只不过当时还没有那么高的技术力使游戏表现因素非常逼真，但是在当时的条件下这部作品真可谓使游戏者眼前为之一亮。而这时候的业界老大 ATARI 也不甘示弱的推出了 VCS 系统上的《外星人 E.T.》。当时的主程序是由 ATARI 的首席程序师 Howard Scott Warshaw 设计的。他花了整整六个星期时间才完成了这部作品的主程序，这在当时的软件开发周期之中要算最长的了。但事与愿违,尽管 ATARI 制作了大于 VCS 普及量的卡带，但是结果却出乎所有人的意料。就像 NAMCO 的作品《吃豆》刚刚进入美国的景象一样(《吃豆》推出了 2600 版本，这个作品受到了绝高的期待，但不幸的是惨淡的销售成绩使得发行商对厂商也失去了信心)，这个作品大量滞销，在大城市的垃圾回收中心还经常可以看到被遗弃的“ET”卡带。面对这种尴尬,ATARI 除了用整个市场萎缩来解释失败原因以外也无话可说。但是在同年，传统类型游戏如 ACT，STG 反倒保持了一定销量，游戏市场遇到了重大震荡……

由于 Colecovision 的热销，ATARI 不得不采取相应的对策应付。其中最大的行动莫过于他们在 8 月份推出了 ATARI2600 的升级产品 ATARI5200 来和 Colecovision


ATARI5200

竞争。其实在ATARI的计划中早就有ATARI5200这样一个规划，但它原本是用来对抗INTEL公司的游戏系统Intellivision的，迫于压力不得不提前推出。这台主机的系统构架完全建立在ATARI的家用系统上的，但是在机能方面确有质的提高。从美学的角度来讲，这台主机则更"人性化"（特别值得一提的是ATARI5200的控制器，其设计十分前卫，从外观来看，十分接近后来的MD手柄），不但主机的外观变得漂亮，更主要是在其操作理念上的突破。ATARI在稍晚些时候推出了能够在这台新主机上运行ATARI2600软件的转换系统，从而使这台主机在一段时间近乎脱销，而软件方面ATARI也当仁不让地推出了本社几个知名作品的5200版。

在这里值得一提的还有General Consumer Electronics。这个厂商也是早已被很多人遗忘，但它却在这年成功发售了Vectrex。这台主机，这也是历史上惟一一部"矢量图形技术"的主机（关于具体概念问题，将在后文介绍），这台主机的特点在于其已经在主机内部固化了一个MINI游戏，而手柄则首次出现了四键式的设计。NAMCO的知名游戏《吃豆》的完美版本曾经在这个机种上推出。在之前曾经创下街机奇迹的《吃豆》经过NAMCO的再次加工（主要是修改了语言模块和一部分迷宫设计），在新主机上推出以后立刻受到了美国人的喝彩，游戏的名称改为了《超级吃豆》，NAMCO的PAC-MAN也成为了当时齐名于可口可乐的名牌。

参考资料

旺销的新主机ATARI5200：

美1982年11月7日，ATARI宣布本厂负责制造ATARI5200主机的原材料库存在一天当中减少了32%，这也是销售势头旺盛的例证。

1983

在美国被称为游戏之父的诺兰·布西内尔重新得到了美国娱乐通信协会的许可而再次出现在游戏业界，这也是许多人没有料到的。他的第一个行动便是买下了VIDEA公司并且改名为SENTE（这也是一个以制作家用游戏为主要业务的不知名厂商），在开始一个时期他的主要合作伙伴是前面提到的MIDWAY，主要业务则是布西内尔的老本行街机游戏，但是两家的合作并没有开拓更大的市场。

3月，ATARI宣布本公司的一项代号为"雄鹰"的计划正在缜密实施中，随着这个计划渐渐浮出水面，人们知道了ATARI正在研制一种名为ATARITEL的娱乐通信设备，这也标志着ATARI向着多元化方向发展，进一步打入通信设备市场。

随着新技术的逐渐诞生，许多在以前不可想象的东西在同年也得到了实现，首先是世界上第一个以镭射技术（不是现在很普遍的CD技术）制作的街机游戏在美国上市，这个游戏的名字是Rick Dyer's Dragon's Lair。在充分发挥新技术的情况下，使得这个游戏在美国家喻户晓，而制作厂商Cinematronics也借此一夜成名。还有厂商Commodore发表了一部名为Commodore64的电脑产品，它的定位不同于一般的电子游戏机，而是一种介于家用电脑和娱乐器之间的东西，它拥有低廉的价格和强力的性能。

街机游戏 Rick Dyer's Dragon's Lair

1983年全球电子娱乐业最大的新闻莫过于NINTENDO在日本地区发售了历史性主机FC（FAMILY COMPUTER），而这一历史性事件标志着电子游戏真正的产业化时代的到来。不过现在分析起来NINTENDO的过去，不难发现其高明之处。FC在设计方面故意朝一般玩具的概念靠拢，而在游戏方面则主要是以街机移植作品为主（这有点像现在的……），首发软件有：《大金刚》、《超级大金刚》等。因为NINTENDO很清楚当前的形势，世界市场几乎被ATARI所支配，而本社也很清楚ATARI在捕捉商机上的犀利眼光也暂时无意将自己的主机卖到海外市场，公司还积极向ATARI申请版权，以获得许多ATARI软件在FC上移植的权利。在1983年6月举办的CES大会上，两家公司终于达成了相关协议，这也意味着NINTEDO迈出了进军国际游戏市场的第一步。

Coleco曾经在1982年度火爆过一阵，而在这一年6月举办的CES大会上，公司则宣布了其新的电脑产品名为"亚当"，但是这台主机的演示作品却是NINTENDO出品——著名的《大金刚》。


亚当是Coleco努力进取的结果。

因为ATARI早已拥有这个游戏的版权，所以ATARI将NINTENDO告上法庭，他们认为NINTENDO破坏双方的协议而把这个游戏的版权再次转售给其它公司，并且要求NINTENDO停止在FC上的相关业务。但NINTENDO在稍后又将Coleco起诉，认为他们只

应该拥有电子产品的著作权，而电脑产品的授权则没有经过他们的认证。Coleco 马上作出反应：这是一个极大的误会，“亚当”虽然是电脑产品，但是本公司的确把它定位为 Colecovision 这台主机的升级版。

1984

Milton Bradley 公司开始制造和销售 Vectrex 主机(前文曾经提到过)。不过在大量产品滞销后厂商很快采取了降价措施，价格一下跌落到 100 美元。在巨大压力下，厂商很快决定取消这个项目的后续开发。

Coleco 公司利用了所有资源研制成功了这台电脑产品“亚当”，但在资金方面仍然借助了 Colecovision 方面的收益。这个产品的定位虽然不十分清楚，但是强力的性能的确吸引了不少的游戏者，但是由于技术上的原因，这台主机的返修率在一个时期竟达到了 60%，最终导致全盘失利。

Mattel 在连年亏损下决定把公司卖掉，这个公司最终归属一个叫 Terry Valeski 的商人，在经过仔细思考后他决定将公司的名字改为 Intellivision Inc. 这也是一个后来在业界占有绝对重要位置的厂商。

正当游戏行业面临萎缩的时候，NINTENDO 却抓住了这个时机，他们先是宣布北美版的 FC 将会马上上市，而后则花大力气为自己的几部新作品宣传，特别还提到了 ATARI 主机上的新作品。

在夏季 CES 大会上 ATARI 介绍了本公司的新产品 ATARI7800，这也是 ATARI 成员中可以兼容 2600 卡带的全新机种，不过它的机能并没有比 ATARI 提升多少。值得一提的是主机附带的“耳挂式”手柄，游戏者可以用手柄上的耳机直接听到主机处理出来的美妙声音。

ATARI 宣布其原来在游戏业界设立的 ATARI 协议(有点类似于现在网络中的必备协议 TCP/IP)，这个协议主要是为了区分电子游戏和电脑游戏。但随着电子游戏产业的发展，这个协议似乎越来越不适合给游戏定性，所以 ATARI 决定废除这个标准，由业界重新制订相关规则，这不能不说是个明智之举。

1984 年初，任天堂借着 FC 几乎垄断了整个日本电子游戏市场，山内自然春风得意马蹄疾，将任天堂的胜利扩展到北美。但对于负责北美事务的实伸来说，这却是一段日日寒霜的日子。经济萧条，使得游戏市场极大萎缩，产值从 80 亿美元锐减到几亿。满目可见厂商破产倒闭，实伸为寻找原因几乎走遍与游戏行业有关的其它行业——玩具店、百货公司、电脑软件公司等等，得到的是同样令人沮丧的回答：这个行业已经穷途末路！

对比日本游戏行业的繁荣，实伸必须找出除了经济大气候以外，两地为何会如此悬殊差距的原因。他又开始大量走访构成主要消费层的儿童和家长，发现游戏产品的陈旧和质量信誉低下是他们离弃的主要原因。实伸开始致力营造“任天堂产品不同以前其他产品”的印象。总公司也大力配合，相继推出了“先进视讯系统”(AVS)、“机器人操作兄弟”(ROB)等产品。美国公司也先后在西雅图、拉思维加斯、纽约等地举办展示会。但一年半的宣传，依然没有起色，连实伸也开始动摇。

但山内就是山内，不到完全破灭决不放弃！他拿 5000 万美元给实伸在全美最难创业的纽约最后一搏。

1985 年冬天，被称作“SWAT 特遣队”的 12 名员工驻入新泽西哈肯萨克一间阴暗的仓库。从创意性的将产品打入邮购公司商品目录开始，请体育明星示范表演产品、走访玩具反斗城等大规模商家、垫资为商家装修现代化展厅、免费送展览商品、允诺滞销商品无条件退货，任天堂几乎用了一切手段，但是业绩增长速度仍然不见加快。

转折点出人意料地产生在一位名叫吉尔·蒂尔丹的美女身上。她不但具有悦人的外表和优雅的谈吐，在广告宣传方面也有较深的造诣。她负责任天堂的广告制作，将游戏中精彩片断和易于吸引儿童的广告词结合一体，直观地表现出任天堂产品的优势。出色的广告制作引起了一些娱乐报刊记者的注意，报纸上出现的“任天堂”字眼越来越多，这个名字也一时风靡纽约。随着宣传的扩大，纽约已经有五六百家商店开始陈列任天堂的产品。在当时游戏厂商连维持企业都困难的时候，这简直是不可想象的奇迹。

1986 年，任天堂产品进入西海岸的洛杉矶，然后以不可阻挡之势相继打入芝加哥、旧金山以及德克萨斯州一些大中型城市，FC 的销售业绩达到 100 万台，并且在第二年年底，突破三百万大关。

当公司业务要向欧洲扩展的时候，行销副总裁被派往欧洲而形成了空缺。与华尔街有名股票分析师打交道的曼恩成为了任天堂又一位福星。当时虽然任天堂成绩显著，但对市场起主导作用的大型连锁店和百货公司，仍然对于这家外来企业的信誉持有怀疑而不肯轻易接受他们的产品。针对这一点，曼恩请名声显赫的股票分析师为任天堂作了一次投资分析。那些有名的经济师无论如何都不会想到，在任天堂资产负债表上的数据居然为 0，这是有些国际大企业都未能做到的成绩！

而更让他们震惊的是：任天堂产品在日本相关市场上的占有率高达 90%以上！

华尔街流传开的新神话逐渐向全纽约传播。曾经因为电子游戏而获得大额利润，后来又因为投资雅达利而大额亏损的西尔斯百货连锁公司第一个和任天堂签订了协议，其后拥有 200 多家电脑软件销售店的电子城紧跟其后，大销售商纷纷涌入了与任天堂合作的潮流。

『游戏批评』编辑方针

批评的首要前提就是公正，
其次是宽阔而独特的视野。《游戏批评》愿用公正的态度，历史的眼光去评论游戏业和游戏软件，
它不会有地域种族文化的偏见，因为游戏是人类的天性，
是属于全世界的。

- 本书不刊登广告，与各游戏厂商保持适当的距离，不会无原则地"吹捧"某个游戏厂商和游戏软件。
- 一个游戏软件既是一件"商品"，又是一件"作品"，我们更应该站在"作品"的角度去评论它。
- 游戏批评不能仅以游戏推出的时间评判优劣，而应努力理解作者的创作意图和游戏所隐含的永久性的价值以及其在游戏发展史上的历史作用。
- 文章当中要避免恶意攻击和嘲讽，应从建设性的角度做出评论。
- 作者对于提出评论的游戏，就其自身价值应做到心中有数。
- 作者，编辑部对于所评论的游戏及读者负有直接责任。如与事实不符应对读者和相关单位做出道歉。

我们在工作中有些地方可能做的不够周到，
还请谅解。对于以上规定我们会努力做到最好。
为了游戏文化的健康发展，
《游戏批评》一定会加倍努力。

《游戏批评》编辑部

请您沿虚线剪下，将填好问题的部分寄回编辑部

游戏批评

各位亲爱的读者朋友，为了能制作更优秀的《游戏批评》，请您协助我们完成以下问题。《游戏批评》将在您中肯的批评中获得前进的动力！

您的回函表

请在您选择答案的方框内划√

■您的个人资料

您的姓名：________

您的性别：□男 □女

您的年龄：

□15岁以下 □15－18岁

□18－22岁 □22－30岁

□30岁以上

您的职业：

□学生 □游戏公司

□老师 □国家机关

□游戏媒体 □没有工作

□其它公司或企业单位

您的学历：

□中学或中学以下学历

□专科或本科学历

□硕士或硕士以上学历

您每周业余用来玩游戏的时间：

□大约每周5小时以下

□大约每周5－10小时

□大约每周10小时以上

□没有固定的游戏时间

您是否固定购买《游戏批评》：

□是 □否

■您对《游戏批评》的评价

您认为《游戏批评》的价格：

□物有所值 □稍贵 □便宜

您认为《游戏批评》的形式（可复选）：

□现在很好 □开本太小

□版式乱 □文字量太大

□阅读不方便

您认为每期特稿质量（可复选）：

□很好 □可读性差 □内容陈旧

□质量不固定 □选题不好

您认为每期评论部分（可复选）：

□占页码太少 □占页码太多

□所评游戏太新，玩不到

□所评游戏缺乏新作大作

□文章质量良莠不齐

您喜欢看的栏目、选题（可复选）：

□文摘 □三角地 □人物百话

□欲言堂 □魔杖 □业界访谈

□游戏批评经典游戏TOP10

□大作集中评论

您希望增加的内容（可复选）：

□新闻 □游戏小说 □动漫画

其它：________

您认为《游戏批评》最大不足是：

□出版周期 □整体难度偏大

其它：________

您的联系方式：

通讯地址：________

邮码：______ 电话：______

E－mail：________

请将回函放在信封内邮寄至以下地址：
北京6129信箱 邮码：100061 《游戏批评》编辑部收



微软加入游戏竞争大军是否明智？XBOX 有什么致命缺陷？在我们思考这些问题的时候，马上想到了为数众多的读者朋友。我们的调查不是出于商业利益，其目的只有一个，就是把蕴涵在读者群中精粹的思考呈现出来。

XBOX 死或生的民意调查！

您是否亲眼见过 XBOX 及其游戏：

□见过　☑没有

认为微软进入电视游戏是否明智：

☑是的，明智　□不，不应该进入

您个人对 XBOX 主机有什么看法：

□体积太大，觉得拿起来不方便
☑造型很前卫，性能强劲
□没亲眼见过，不清楚

您认为 XBOX 上的游戏是：

□欧美风格、PC 味太浓，不感兴趣
☑感觉还不错，画面非常好
□游戏性普遍比较差
☑期待世嘉在其上的经典作品
□没有见过，不清楚

您认为 XBOX 是否会在中国普及：

□不会，因为中国没有市场
□不会，因为 XBOX 价格贵
☑会，因为盗版的缘故
□会，因为它最可能会有行货

您认为 XBOX 的强项在于(可多选)：

□强大的性能(若选请勿再选下题第一项)
☑优秀的网络功能
□微软制造的产品有信誉保障
☑有大量欧美厂商加入
☑XBOX 和 PC 间易于相互移植

其它：________________

您认为 XBOX 的劣势在于(可多选)：

☑性能虽强，但并没体现绝对优势
□缺乏日本游戏厂商的支持
□没有适合自己口味的游戏
□缺乏在游戏领域的经验
□微软自己游戏制作能力差

其它：________________

您对微软提出的网络计划了解并感兴趣吗：

□了解，但不感兴趣
□了解，并且感兴趣
□了解，但对其单机游戏更感兴趣
□不了解，也不感兴趣
□不了解，但是感兴趣

最后，您对 XBOX 未来在游戏业中占有一席之地是否有信心：

□是的，我非常有信心
□不，我认为它迟早会失败
□不好说，只能走着看

您还有的想法：

____
____
____
____
____

若还有其它想法，欢迎另附纸张

来信请寄：北京 6129 信箱《游戏批评》编辑部收　邮编：100061

请您沿虚线剪下，将填好问题的部分寄回编辑部

GAME集中营 怀旧周刊 每周五午夜更新



感谢名单

佛爷

敖厂长

黄河

曹越

黄健

海星

骑士

王修泽

梦楠

次世代丛书

永久保存版

2000

1—4辑

32BIT GAME